

L'ASPQ désire représenter les ateliers de mécanique et de pneu



VOTRE GRAND PARTENAIRE D'AVANT-GARDE
Volume 5 / Numéro 7 / Décembre 2008 / 4,95 $



PP 40014105, PAP – N° d'enregistrement 11071

KUMHO TIRES

Faites l'expérience d'une exquise liberté continue !

Faites l'expérience des pneus KUMHO pour une conduite incomparable.
Faites l'expérience de l'excellente performance qui mate la route



Calendrier des événements

Janvier 2009

15 janvier
ASPQ • Assemblée annuelle et cocktail avant-première
Salon international de l'auto de Montréal
Palais des congrès, Montréal, QC.
✦ Ginette St-Jean 1-866-454-0477
✦ aspq@qc.aira.com
✦ www.aspq.ca

16 au 25 janvier
Salon international de l'auto de Montréal • 41e édition
Palais des congrès, Montréal, QC.
✦ www.salonautomontreal.com

Mars 2009

18 mars
AIA Canada • Le Grand Forum 2009
Hôtel des Seigneurs, Saint-Hyacinthe, QC.
✦ Wendy Allain 450-448-2220
✦ admin@p-rousseau.com
✦ www.aiacanada.com

Mai 2009

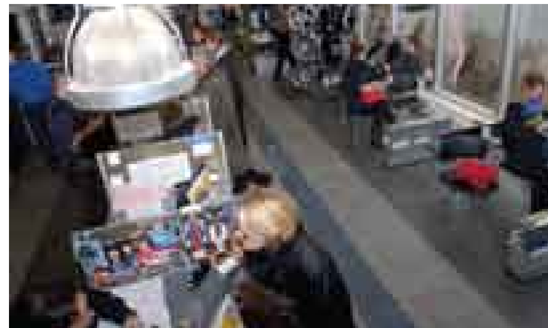
20-23 mai
15e Canadian Skills Competition
Charlottetown, I.-P.-E.
✦ Leanne Blackborow 905-535-1160
✦ leanneb@skillscanada.com
✦ www.skillscanada.com

Octobre 2009

13-18 octobre
Équip Auto 2009
Parc d'expositions Paris-Nord, France
✦ Christelle Rey 514-861-5668
✦ www.equipauto.com



Sommaire
Décembre 2008



CHRONIQUES, ENTREVUES ET REPORTAGES

DANS CHAQUE NUMÉRO...



Rémy L. Rousseau
remyrousseau@p-rousseau.com



Réinvestissez dans votre commerce

Avec l'obligation de la pose de pneus d'hiver au Québec, vous avez constaté une augmentation sensible de votre chiffre d'affaires grâce aux ventes et à la hausse de la productivité. Il est temps, si ce n'est déjà fait, de penser à réinvestir ces profits dans votre entreprise de façon constante et planifiée pour éviter d'être éventuellement contraints à le faire.

Trois grands pôles

- Votre personnel : investir au fil des ans dans la formation continue et la rémunération en vue d'atteindre un niveau optimal de compétence et de performance.
- L'équipement : faire l'acquisition d'outils et de machinerie de haute technologie pour accroître la productivité tout en stimulant chez vos employés la fierté de travailler avec du matériel de tout premier ordre.
- L'informatique : se procurer les systèmes informatisés les plus performants pour atteindre une plus grande productivité et maximiser les retombées de votre programme d'entretien préventif.

Ces réinvestissements auront une influence directe sur votre rentabilité et, surtout, sur votre position concurrentielle. Ce sont ceux qui contribueront le plus à ajouter de la valeur à votre entreprise. Ils feront en sorte que l'équation entre les ventes et le coût de ces ventes tourne en votre faveur au niveau de la profitabilité. L'investissement fait partie intégrante de cette équation.

Salles d'exposition

Vous pourriez considérer cet autre type d'investissement au chapitre des installations. Depuis quelques années, on assiste à l'éclosion de nouveaux concepts design dans plusieurs centres de pneus à travers le Québec, comme en témoigne un photoreportage dans cette édition. Le phénomène s'explique d'abord par un souci réel d'accueillir les clients dans des lieux agréables et multifonctionnels. L'avènement progressif de la clientèle féminine n'est évidemment pas étranger à ces initiatives.

Il s'agit d'une excellente façon de mettre en valeur une myriade de produits susceptibles d'intéresser une faction grandissante de consommateurs, surtout chez les plus jeunes. Et sans doute un bon moyen d'attirer et retenir ces nouveaux clients.

Entreposage

De plus en plus d'automobilistes, particulièrement en zones urbaines, vivent dans des logements qui laissent peu de place à l'entreposage de leurs pneus saisonniers. Les marchands qui offrent ce service constatent qu'il est très apprécié des clients, à plus forte raison s'ils doivent obligatoirement utiliser deux jeux de pneus au cours d'une même année. L'acquisition ou l'agrandissement d'un entrepôt dédié s'impose comme un investissement d'avenir.

Ralentissement économique

La baisse de l'activité économique touche tous les secteurs, en particulier celui de l'industrie automobile. Toutefois, les commerces de pneus ne devraient pas être négativement affectés à court terme par cette situation préoccupante. Ils continueront de recevoir toujours autant d'automobilistes pour l'installation et l'entretien de leurs pneumatiques. D'où l'importance de penser à investir. Il s'agit de la meilleure façon de faire fructifier votre entreprise.

C'est le souhait que j'exprime pour la nouvelle année.



Rémy L. Rousseau





Éditeur
Rémy L. Rousseau

Collaborateurs
Raynald Bouchard, François Charron, Kara Cunningham, Éric Descarries, Frédéric Desjardins, Jack Kazmierski, Guy O'Bomsawin

Production et conception
Olivier Rhême *production@optikdesign.ca*
Valérie St-Cyr *vstcyr@p-rousseau.com*

Direction du tirage
Nancy Belleville *nbelleville@p-rousseau.com*

Administration
Wendy Allain *wallain@p-rousseau.com*
Danielle Boivin *dboivin@p-rousseau.com*

Photographe
Marie-Josée Rousseau *mjr@p-rousseau.com*

Révision
Diane Gervais

Impression
Solisco

Publicité
Nathalie Plouffe
416-925-5665
tirenews@rogers.com

Luc Champagne
514-945-1299
lucchampagne13@videotron.ca

Réjean A. Rousseau
450-649-9007
r.a.rousseau@videotron.ca

Abonnement (plein tarif)
1 an : 19,95 $ 2 ans : 34,95 $ 3 ans : 49,95 $

Publié par



Publications Rousseau
2938, terrasse Abénaquis
Longueuil QC, J4M 2B3
T : **450-448-2220**
F : 450-448-1041
admin@p-rousseau.com
www.autosphere.ca

Postes Canda
Convention de la Poste-publications numéro 40014105.
Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à Publications Rousseau / Service des abonnements,
2938, terrasse Abénaquis, bureau 110, Longueuil, QC J4M 2B3

Canada
Nous reconnaissons l'aide financière du gouvernement du Canada par l'entremise du Programme d'aide aux publications pour nos dépenses d'envoi postal.
PAP – No d'enregistrement 11071

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
ISSN 1710-422X
Imprimé au Canada











Nouvelles
DE L'INDUSTRIE



3 millions $ et nouveau nom

Début octobre, Gérard et Jocelyn Bernard inauguraient à Boucherville une nouvelle succursale construite au coût de 3 millions $, et lançaient du coup leurs nouvelles couleurs sous la raison sociale Robert Bernard Pneus et Mécanique, qui identifie désormais leurs 12 ateliers.

Ce changement de nom allié à un élargissement des services correspond à la volonté d'insuffler un nouvel élan à cette compagnie qui, membre d'UNI*PNEU* depuis un an, célèbrera ses 60 ans en 2010 ainsi que l'arrivée dans ses rangs d'une troisième génération.

Par son avant-gardisme, l'atelier de Boucherville, situé sur le boulevard de Montarville à proximité des anciennes installations, est le porte-flambeau d'une nouvelle ère qui a commencé en 2005 par la rénovation et l'agrandissement graduels des 11 autres centres de l'entreprise.

Comprenant 13 baies, ce vaste atelier multiservice de 15 260 pi² est desservi par plus d'une vingtaine de techniciens et de préposés. L'événement a eu lieu en présence de nombreux représentants et fournisseurs d'UNI*PNEU*, de même que des élus de Boucherville.



Pierre Lefebvre, gérant de la succursale,
Gérard Bernard, président,
Francine Gadbois, mairesse de Boucherville,
Jocelyn Bernard, vice-président et directeur général,
Pierre Beauregard, directeur général adjoint

Soirée pour les femmes

Une vingtaine de femmes de tous âges ont répondu à la quatrième invitation lancée depuis autant d'années par Sarrazin Pneus Mécanique à celles qui désirent être initiées ou en savoir plus sur les pneus ainsi que l'entretien automobile.

Le mercredi 8 octobre, Nancy Morais et Daniel Bergeron ont donc eu une soirée bien remplie, faisant part tant de ce qu'il y a d'élémentaire que de pertinent à savoir en matière de sécurité ainsi que des propriétés et des exigences de diverses pièces maîtresses.



En plus de voir celles-ci dans leur entier, de même qu'installées sur les véhicules, on a parlé de l'azote et fait découvrir le fonctionnement et les avantages des nouveaux systèmes de surveillance de la pression des pneus. Les participantes comptent déjà en apprendre davantage en 2009.

Informés de cette session comprenant apéro, goûter et prix de présence, les hommes insistent maintenant pour avoir leur propre soirée d'information. À suivre !



Nomination

Chez Carrus Technologies, **Marc St-Jacques** a été nommé au poste de vice-président Ventes et Marketing. Bachelier en communication de l'Université Concordia, celui-ci a une vaste expérience en technologies de l'information et en publicité, et une compréhension des enjeux de l'industrie automobile acquise chez Fjord Interactif à titre de directeur du volet des réseaux d'affaires transactionnels. *www.carrustechnologies.com*

BRIDGESTONE

Bridgestone Americas restructure ses opérations

Bridgestone Americas Holding (BSAH) a annoncé la restructuration de ses activités américaines de fabrication de pneus par la création d'une nouvelle unité administrative nommée Bridgestone Americas Tire Operations (BATO). En vigueur dès le 1er janvier 2009, elle sera dirigée par **Asahiko « Duke » Nishiyama**. C'est à cette unité que se rapporteront les consommateurs et distributeurs canadiens et étasuniens de l'entreprise, ainsi que sa division d'Amérique latine.

Nishiyama demeurera sous la supervision de **Mark A. Emkes**, directeur général et président de Bridgestone Americas Holding. Dans cette nouvelle structure, plusieurs personnes travailleront sous l'autorité de Nishiyama, incluant les cadres de la division Latin American Tire, Bridgestone Bandag Tire Solutions, et les divisions nord-américaines Consumer Tire Sales et Commercial Tire Sales.

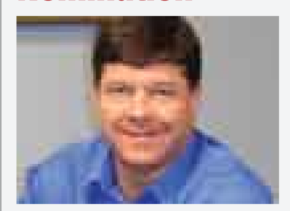
Mark a également annoncé l'introduction de **Christine Karbowiak**, vice-présidente des Relations communautaires et corporatives chez BSAH, au Conseil des directeurs de Bridgestone Americas, nomination qui prendra effet le 1er janvier 2009. Christine sera donc la première femme à siéger à un conseil du groupe Bridgestone.

Continental

Audi et Volkswagen offrent les pneus Continental

Continental fait évoluer sa relation d'affaires avec Volkswagen et Audi. À partir du 1er octobre 2008, les quelque 170 concessionnaires Volkswagen et Audi partout à travers le Canada offrent à leurs clients une ligne complète de pneus Continental, General et Gislaved. Les clients canadiens de Volkswagen et de Audi pourront donc désormais obtenir des pneus des marques mentionnées plus haut pour tout modèle de voiture ou camionnette des deux constructeurs allemands.

Nomination



Pneus Unimax, qui gère la bannière UNI*PNEU*, a depuis octobre un nouveau vice-président Finances et Administration. Il s'agit de **Daniel Aylwin** qui, depuis 15 ans, a occupé des fonctions similaires au sein de diverses industries.



Nouvelles
DE L'INDUSTRIE

Le guide TPMS de la TIA



Depuis la création des systèmes de surveillance de la pression des pneus (SSPP), trouver l'information pour la réinitialisation des TPMS de tous les modèles pour chaque constructeur est devenu presque impossible. Grâce au guide *TPMS Relearn Chart* de la TIA (*Tire Industry Association*), réinitialiser ces systèmes devient facile et rapide. Pour chaque modèle de véhicule antérieur à 2009, nord-américain ou importé, le guide fournit de l'information sur les cas nécessitant une réinitialisation, le type de TPMS, son fabricant, les numéros de référence de capteurs de remplacement de marques variées et plus encore. *www.tireindustry.org*



LUSSIER et CLÉ VERTE

Affilié au tout nouveau programme de certification environnementale CLÉ VERTE, qui s'adresse de façon spécifique aux ateliers d'entretien et de réparation automobile, LUSSIER Cabinet d'assurances offre un rabais de 10 % à tout atelier accrédité qui optera pour la police d'assurance de son Programme Mercure. 1-800-363-5521, ext. 2057 • *www.lussierassurance.com*

Yokohama ajoute des grandeurs à sa lignée de pneus de camionnettes

Le manufacturier japonais Yokohama vient d'ajouter 13 nouvelles grandeurs à sa populaire lignée de pneus de camionnettes Geolandar. On y retrouvera alors 11 nouvelles grandeurs à la lignée Geolandar A/T-S et deux à la lignée M/T + . Toutes ces nouvelles grandeurs seront disponibles tôt en 2009. En ce qui a trait aux Geolandar A/T-S, sept sont à de hautes charges pour roues de 17 à 20 pouces pour des pick-up plus imposants comme les Ford de Série F, les Dodge Ram, les GMC Sierra, les Chevrolet Silverado, les Nissan Titan et les Toyota Tundra. Les deux M/T + sont pour des jantes de 17 pouces.



À la retraite ?...

Ginette Robillard, coordonnatrice du Centre de Perfectionnement d'Uni-Sélect, s'est retirée le premier octobre après 49 ans de vie active, dont 7 chez UNIPRO – voisin de son précédent employeur – et 18 à ce dernier emploi où elle a été bénie des dieux pour y avoir eu des patrons et côtoyé des gens qui lui ont fort plu.

Parmi les grands talents à avoir été formés à Vincent-d'Indy en piano, Ginette aurait pu être une artiste de renommée internationale. Cet instrument, comme l'orgue qu'elle a aussi déjà enseigné, ont toujours fait partie de sa vie. Au programme : repos.

On retient d'elle un exceptionnel accueil, une totale disponibilité, un sens absolu des responsabilités et de l'organisation, une efficacité hors pair, une rigueur plus qu'exemplaire, et une femme fort représentative du professionnalisme le plus recherché.

Toyo offre plus de grandeurs de ses pneus Proxes et Open Country

Toyo Tires a ajouté six nouvelles grandeurs à sa lignée de pneus Proxes 4 à taille abaissée (225/50ZR18, 215/45ZR18, 235/45ZR18, 255/35ZR19, 275/35ZR20 et 245/30ZR22, tous d'indice de vitesse W), trois nouvelles grandeurs à la série Proxes T1R (275/40ZR19, 265/35ZR19 et 285/30ZR21), quatre grandeurs à ses pneus Proxes R1R d'extrême performance (225/45ZR15, 225/45ZR16, 215/45ZR17 et 245/35ZR17) pour petites autos de performance et un nouveau Proxes R888 approuvé DOT 225/45R13. En ce qui a trait aux pneus Open Country, Toyo a ajouté quatre grandeurs (P275/60R20, P255/75R17, 31 x 10.50R15 LT et LT 285/70R16).

Pneus d'hiver Continental à faible résistance

Par ses efforts en recherche et innovation, Continental a réussi à fabriquer des pneus d'hiver avec une résistance de roulement aussi faible que les pneus d'été, grâce aux matériaux utilisés, à leur légèreté et au design de leur bande de roulement. Ces améliorations structurelles minimisent la déformation du pneu pendant la conduite, ce qui a pour effet de réduire également la résistance au roulement. Dorénavant, il est donc inadéquat d'imputer à ces pneus une plus grande consommation d'essence en hiver. *www.conti-online.com*

Nomination

Chez UNI*PNEU*, **Pierre Germain** occupe maintenant le poste de vice-président Ventes et Opérations. Il a la responsabilité du développement du réseau des membres ainsi que de l'exploitation des centres de distribution de Boucherville et Halifax.

Retread America ouvre une usine de rechapage Oliver Rubber

Retread America a récemment ouvert une usine de rechapage Oliver Rubber à Florence au Kentucky. Elle fournira de l'équipement de rechapage Oliver Rubber et des produits rechapés Oliver aux clients commerciaux et intermodaux. L'Oliver Rubber Comapny, une division qui est la propriété de Michelin Amérique du Nord, vend des pneus rechapés des marques Oliver et MagaMile pour usages commerciaux, industriels et de génie civil.

La bonne date ?

Il peut arriver par erreur que des pneus neufs soient périmés en raison de leur date de fabrication. Avant la pose, il ne faut que quelques secondes pour s'assurer qu'ils sont de fabrication récente. À surveiller.

Boulons et enjoliveurs

Trop serrer les boulons peut abîmer le filetage ou rendre impossible à un automobiliste de les desserrer. Quant aux enjoliveurs, on doit les réinstaller avec soin pour éviter qu'ils ne se retrouvent dans le décor. À surveiller.



Bridgestone Firestone rappelle des pneus

Bridgestone Firestone North America et Bridgestone Firestone Canada ont annoncé un rappel de 135 000 Firestone FR 380 P235/75R15. Ces pneus ont une bande de roulement trop mince et ils seront remplacés gratuitement. Les pneus impliqués ont été assemblés entre la 23e semaine de 2006 et la 35e semaine de 2007. Au Canada, ces pneus peuvent être remplacés par tout concessionnaire Firestone autorisé. Ce rappel se terminera le 31 mars 2009. Le rappel ne concerne que les pneus avec les numéros DOT suivants : de WBHL 380 2306 à WBHL 380 3507 inclusivement • de WBUL 380 2306 à WBUL 380 3507 inclusivement.

Aux États-Unis, il y a aussi quelques pneus LeMans SE P235/75R15 d'impliqués. Ceux-ci ont été assemblés de la 23e à la 35e semaine de 2006 et ils sont reconnaissables aux numéros DOT WBHL LCO 2306 à WBHL LCO 3506 inclusivement. Cependant, ces pneus n'ont pas été vendus au Canada. Pour plus d'information, les clients peuvent appeler BFNT au 1-800-465-1904.



Michelin termine la production de pneus agricoles BFGoodrich

Michelin Amérique du Nord a récemment annoncé qu'elle terminerait la production des pneus agricoles, mais qu'elle les remplacera par des pneus Michelin du même type. Le seul pneu agricole BFGoodrich qui reste sur le marché est le Power Radial 80 qui sera abandonné vers la fin de 2008.

Décès de Dave Wilkins de Goodyear

David Wilkins qui a longtemps été aux relations publiques de Goodyear et qui nous a tellement aidés dans le passé alors qu'il nous faisait parvenir toute l'information possible sur les pneus et surtout sur les produits Goodyear et Dunlop est décédé le 2 novembre dernier suite à un court combat contre le cancer. Dave n'avait que 52 ans.



Kumho ouvre une usine de pneus de camions en Chine

Le manufacturier coréen Kumho Tire Co a récemment commencé la production de pneus de camions à sa nouvelle usine de 100 M$ de Nanjing en Chine. La construction de cet édifice de 90 000 pi^2, la quatrième de ce manufacturier en Chine, a débuté il y environ 18 mois, mais c'est la seule qui est dédiée qu'aux pneus de camions. Selon son président Sae-chul Oh, Kumho est le manufacturier no 1 de pneus d'automobile en Chine. Kumho a aussi un centre de recherche et de développement dans ce pays.



Nomination

En octobre dernier, Pneus Yokohama (Canada) annonçait que **Jonathon Karesle** venait d'être nommé directeur du marketing. Il remplace alors Henry Pietraszekqui qui a quitté l'entreprise plus tôt.

Nouvelles
DE L'INDUSTRIE

Michelin équipera les tombereaux Komatsu

Le nouveau tombereau Komatsu d'ultra classe 860 E-1K récemment dévoilé à MineExpo 2008 à Las Vegas était alors équipé de pneus Michelin XDR qui deviendront l'équipement standard sur cette immense machine. Le 860 E est un tombereau à châssis rigide d'une capacité de charge maximale de 280 tonnes. Il est mû par un moteur diesel électrique de 2700 chevaux. Ses pneus XDR affichent une dimension de 56/80R63.

BRIDGESTONE

Nominations

Bridgestone Firestone North American Tire (BFNT) annonçait il y a quelques semaines la promotion de **Kenneth L. Allen**, actuellement vice-président de Firestone Agricultural Tire, au poste de président, pneus agricoles, division des ventes de pneus pour véhicules commerciaux (États-Unis et Canada), et de **Shawn Ramsey**, actuellement vice-président de Bridgestone Firestone Off Road Tire Company au poste de président, pneus hors route, division des ventes de pneus pour véhicules commerciaux (États-Unis et Canada).

Continental

Les pneus Continental se distinguent en Europe

Encore une fois, les pneus de Continental Tire se sont distingués dans les tests hivernaux de divers clubs et publications en Europe. Parmi ceux-ci, on retrouve les résultats impressionnants du nouveau ContiWinterContact TS 830 pour roues de 15 et 16 pouces, du TS 810 pour voitures courantes et du TS 800 qui a terminé deuxième des tests sévères de l'ADAC allemande.

Les Pirelli P4 Toutes saisons, Scorpion ATR et Ice & Snow déclarés no 1 par Tire Rack

Selon un sondage mené par Tire Rack auprès des consommateurs, ce sont les Pirelli P4 toutes saisons, Scorpion ATR et Ice & Snow qui se sont avérés les meilleurs de leur catégorie. La plupart se sont distingués au point de vue résistance à l'hydroplanage, l'adhérence sur pavé mouillé, stabilité en virage, adhérence sur le sec, réponse de la direction, usure de la bande de roulement, bruit et confort et autres selon ce grand revendeur américain.

PIRELLI®

Pirelli ajoute une cinquième ligne à son usine de Georgie

Le manufacturier italien Pirelli a récemment annoncé un investissement de 15 M$ à son usine MIRS (*Modular Integrated Robotized System*) de Georgie, ce qui augmentera la capacité de production de 20 %. L'usine, qui produit actuellement des pneus de haute performance pour l'Amérique du Nord et qui fait appel à une technologie informatisée avancée, se voit alors dotée d'une cinquième ligne de production.

Pirelli vanté par J.D. Power & Associates

Pirelli est la seule de deux marques de pneus à dépasser la moyenne de l'industrie selon le dernier sondage de Satisfaction de pneus mené par J.D. Power & Associates concernant la satisfaction des clients de leurs pneus d'équipement d'origine. Pirelli a terminé deuxième derrière Michelin dans un sondage qui incluait 14 marques majeures. L'étude a démontré que 85 % des propriétaires de Pirelli n'hésiteraient pas à recommander les pneus Pirelli à d'autres personnes. Ce sondage a été fait en mars et avril 2008 auprès de plus de 25 000 propriétaires de véhicule neuf acheté en 2006 et 2007 en Amérique du Nord.

Nouveau Produit Corghi

Corghi, une entreprise italienne, vient de lancer le Monster, une machine à pneus révolutionnaire. Conçue pour tous types de pneus et de jantes, sa pince rotative a une capacité d'écartement de 14 à 48 pouces, et l'inclinaison des crampons y ajoute 10 pouces supplémentaires. L'appareil peut également saisir la jante par le moyeu central et passer d'un côté de la roue à l'autre automatiquement. Grâce à son action hydraulique automatisée, le Monster permet un remplacement des pneus rapide, sécuritaire et sans efforts. Pour informations, communiquez avec Duret & Landry, 1-800-663-0814.





Les pneus Yokohama chez les concessionnaires Nissan, Infiniti, Honda et Acura

Récemment, Pneus Yokohama (Canada) annonçait que sa ligne de pneus de luxe incluant ses tout récents pneus d'hiver était disponible chez les 180 concessionnaires Nissan et Infiniti du Canada. Les concessionnaires travailleront de pair avec les distributeurs de pneus Yokohama pour satisfaire leur clientèle. En même temps, le manufacturier japonais arrivait également à une entente avec Honda Canada dont les 264 concessionnaires Honda et Acura canadiens offriront désormais les pneus Yokohama à leurs clients.

Le TWEEL de Michelin adapté au véhicule lunaire de la NASA

Michelin Amérique du Nord travaille depuis un bon moment son projet de roue-pneu TWEEL et il pourrait bien être adapté à un robot lunaire, le Scrarab Rover développé par l'université Carnegie Mellon en collaboration avec le Programme de développement de technologie d'exploration de la NASA. Michelin a aussi développé une roue lunaire pour l'Athlete Rover, un autre véhicule lunaire tout-terrain capable de transporter des charges.



Continental Tire chausse Alpine Canada

Continental Tire du Canada a signé sa première entente de partenariat avec Alpine Canada Alpin en devenant un partenaire majeur et le commanditaire officiel de pneus d'hiver des équipes de ski alpin du Canada. Cette initiative permet d'assurer les ressources dont ont besoin les skieurs canadiens pour accéder aux programmes, aux entraîneurs et au personnel de soutien. Continental Tire fournira également un soutien préliminaire aux compétitions et aux programmes de développement de ski de compétition à travers le Canada. *www.continentaltire.ca*



François Charron
technoserv@sympatico.ca

Les tendances de l'industrie

Convention européenne sur la climatisation

La sixième convention européenne (EAAC) sur la climatisation qui s'est tenue à Francfort en Allemagne immédiatement après le salon International Automechanika en septembre denier a attiré plus de 300 participants de tous les coins du globe.

Pendant deux jours, des experts représentant pour la plupart les plus grandes entreprises mondiales dans ce domaine ont entretenu un public très attentif sur les enjeux de l'heure.

Choisir un remplacement au R-134a

Avec la nouvelle réglementation européenne qui limitera le fluide frigorigène dès 2011 à un PRP (potentiel de réchauffement planétaire) de 150, les conférenciers invités ont fait chacun la promotion de leurs produits et de leurs derniers avancements :

- Le réfrigérant R-152a, un hydrocarbure développé par Delphi, qui soulève des appréhensions
- Le HFO-1234yf, fruit d'une collaboration entre DuPont et Honeywell et qui ne contient aucun HFC


Le salon des exposants est toujours une occasion de prendre connaissance des nouveautés en climatisation.

- Le R-744, à base de dioxyde de carbone (CO_2), qui semble obtenir la faveur du plus grand nombre.

Cliniques et ateliers

Des démonstrations de ces technologies sur des voitures prototypes ont suscité beaucoup d'intérêt des participants, tous des intervenants majeurs dans cette industrie. Parmi les autres centres d'intérêt, on comptait des cliniques et des ateliers sur les voitures hybrides, les techniques de diagnostic avec des nouveaux équipements de détection des fuites et le toujours populaire salon des exposants, une occasion appréciée de s'informer sur les nouvelles pièces, équipements ou services. PM



Éric Descarries
104420.662@compuserve.com

DMCC 2008

L'équipe de drift de General Tire gagne le championnat des manufacturiers

La série de drifts Castrol DMCC (Drift Mania Championnat Canadien) va très bien merci ! Elle est devenue une des séries de sports motorisés les plus courues au Canada alors qu'en 2008, il y eut pas moins de six compétitions au calendrier

Notons que l'équipe de drift General Tire a gagné le championnat des manufacturiers pour une deuxième année de suite grâce à Marco Santos, pilote de l'Infiniti G35 de l'équipe, de Haig Kanadjian qui a conduit la Nissan 240 SX et de Dany Bernier (aussi connu sous son nom d'artiste Babu) aux commandes de la Ford Mustang GT de l'équipe. Parmi leurs performances les plus notables, mentionnons la victoire de Marco Santos dès la première épreuve de Québec, celle de Haig au même endroit lors de la troisième épreuve et un double podium à l'Autodrome Saint-Eustache à l'épreuve suivante. L'équipe a réussi à accumuler le plus grand nombre de points combinés de tous les manufacturiers impliqués.

Important aux yeux de General Tire

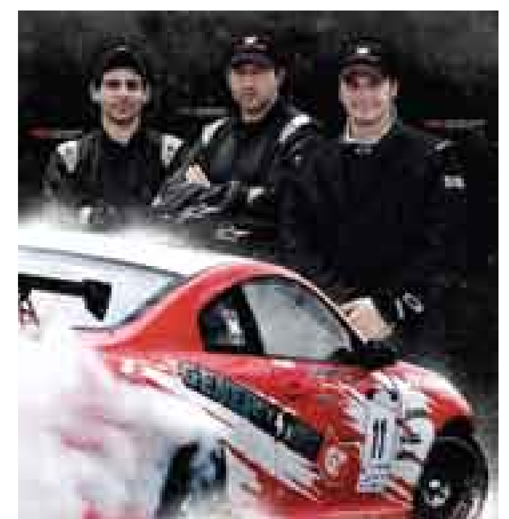
Selon Guy Hardiman, directeur général de Continental Tire Canada – dont General Tire fait partie – le drift est le test ultime pour les produits du manufacturier qui doivent combiner traction et puissance toujours à la limite de l'adhérence. Guy souligne que les produits de General Tire sont aussi conçus selon les standards les plus élevés de performance, de tenue de route et de confort. Pour lui, terminer premier une deuxième année de suite est la preuve que General Tire peut apporter beaucoup de valeur aux consommateurs.

Les pilotes vantent les pneus

Les pilotes de l'équipe sont impressionnés par les pneus, surtout leur capitaine Santos qui dit être fier d'être supporté par une compagnie de pneus qui prête oreille à ses commentaires et qui fait les efforts nécessaires pour s'assurer que l'équipe performe tant à un niveau professionnel qu'à un niveau de championnat. Et, bien évidemment, l'équipe planifie sa saison de drift DMCC de 2009 ! PM



Le capitaine de l'équipe General Tire, Marco Santos, en action



L'équipe General Tire : Haig Kanadjian, Marco Santos et Dany Bernier (photo : General Tire)



Dany Bernier (aussi connu sous le nom d'artiste de Babu) en action à Saint-Eustache (photo : Éric Descarries)



Haig Kanadjian en action à Saint-Eustache (photo : Éric Descarries)



« LES MAGAZINES NOURRISSENT MON ESPRIT ET MON SENS CRITIQUE. »

Valeur nutritive

Par tranche de 2000 lecteurs*

Catégories de lecteurs	% au Québec
S'en servent :	
pour se forger une opinion	**84** %
comme source d'information fiable	**63** %
pour utiliser les trucs et conseils	**92** %
pour obtenir un sentiment de bien-être	**69** %
Ne pourraient s'en passer	**21** %
Sont engagés envers lui	**73** %
Regardent les publicités	**79** %

Heures consacrées par mois à la lecture (en moyenne) 4 h 54

Magazines lus chaque mois par lecteur (en moyenne) 2,6

* Selon un sondage de Léger Marketing commandé par Magazines du Québec.

LE CONTENU, UN ÉLÉMENT ESSENTIEL : SELON UNE MAJORITÉ DE QUÉBÉCOIS, LA VALEUR DE LEURS MAGAZINES REPOSE SUR LA QUALITÉ ET LA VARIÉTÉ DES CONTENUS QU'ILS PROPOSENT. MAGAZINES DU QUÉBEC EN TÉMOIGNE ANNUELLEMENT EN ORGANISANT LE CONCOURS DES GRANDS PRIX ET LA JOURNÉE MAGAZINE.

Mettez-vous sous la dent la liste des lauréats des Grands prix 2008 en visitant le www.magazinesquebec.com







Raynald Bouchard
raynaldbouchardmedia@yahoo.ca

Représenter les ateliers de mécanique et de pneus

L'ASPQ place la barre haute

Il n'existe pas au Québec de formation dédiée à la défense et à la promotion des intérêts de l'ensemble des ateliers d'entretien et de réparation automobiles. L'ASPQ, qui détient déjà cette expertise auprès de ses membres depuis bientôt 40 ans, se propose pour jouer ce rôle vital.

Savez-vous qu'au sein des sept comités paritaires régionaux de l'automobile (CPA), chargés de fixer les conditions salariales et de travail des entreprises du secteur, aucune association représentative du domaine de la mécanique n'est assise à la table pour faire valoir son point de vue ? André Sansregret, nouveau président de l'ASPQ et également du CPA Laurentides-Lanaudière, veut corriger cette importante lacune en élargissant les bases de l'effectif de l'organisation.



André Sansregret, président ASPQ

« Comment, plaide-t-il, un représentant d'installateur de vitres d'autos au CPA peut-il comprendre la réalité de ce que vivent les garagistes en ce qui concerne les salaires et conditions de travail dans leurs ateliers ? »

L'impact d'un effectif fort

Les absents ont toujours tort, comme le dit l'adage. Mais il y a une autre raison tout aussi fondamentale pour que l'ASPQ veuille occuper ce terrain laissé vacant. Malgré ses 300 membres en règle, l'Association a réussi à porter avec succès des dossiers critiques depuis plusieurs années, qu'on se souvienne seulement du récent épisode concernant la Loi sur les pneus d'hiver.

Avec l'émergence d'enjeux encore plus dramatiques, comme celui du Droit à la réparation, le temps est venu, pour André, de passer en mode supérieur en recrutant le plus grand nombre possible d'ateliers.

Les 40 ans de l'ASPQ

Le 3 juin 1969, Georges Turcotte, François Ratté, Gilles Picard et Gaëtan Métivier fondaient l'Association des rechapeurs et marchands de pneus du Québec qui allait devenir par la suite l'Association des spécialistes du pneu du Québec.

Un peu d'histoire

Plusieurs facteurs militaient à l'époque en faveur de la mise sur pied de l'ASPQ, dont la nécessité pour les marchands d'être représentés comme une entité distincte des concessionnaires automobiles auprès des différents comités paritaires.

Que ce soit pour des dossiers politiques, économiques, opérationnels ou autres, l'Association a su depuis 40 ans faire valoir ses positions. Voici quelques exemples :

- L'ASPQ obtient en 1999 que ce soit les consommateurs qui aient à acquitter les droits environnementaux à l'achat de pneus neufs. Ces droits fixés à 3 $ par pneu sont prélevés par détaillants et versés dans un fonds spécial à RECYC-QUÉBEC.
- Depuis 2005, en collaboration avec Publications Rousseau, l'ASPQ met sur pied le Temple de la Renommée en vue d'honorer ses pionniers. L'initiative se poursuit toujours.
- En 2006, elle met en branle un plan de formation sur le SSPP. Soixante-quinze de ses membres participeront à ces formations dispensées par un consultant technique d'OBD3 Solutions.
- En 2008, ses représentations soutenues amènent le ministère des Transports du Québec à modifier les dates obligatoires pour les pneus d'hiver en raccourcissant la période du 15 décembre au 15 mars.

photos : Marie-Josée Rousseau mjr@p-rousseau.com



Un acteur impliqué dans son industrie






L'ASPQ siège sur plusieurs comités et organismes majeurs de l'industrie : Table de concertation en environnement et véhicules routiers de RECYC QUÉBEC, Auto-Prévention, Comité sectoriel de la main-d'œuvre (CSMO), comités paritaires de l'automobile (CPA) dans toutes les régions, sans oublier le Conseil provincial des CPA.

Elle est également membre de l'AIA et de la TDAC qui regroupe les associations de l'Ontario, du Québec, de l'Ouest et des provinces maritimes.

Elle compte aujourd'hui environ 300 membres actifs répartis à travers la province qui, outre les détaillants, incluent les fabricants de pneus, les bannières et autres fournisseurs de services.

Des sous-comités efficaces

L'ASPQ est dirigée par des bénévoles déjà engagés dans leurs propres activités professionnelles. Pour maximiser ses efforts de représentation, elle a mis sur pied divers sous-comités placés sous la responsabilité de membres de son Conseil d'administration.

En plus de la présidence, André Sansregret est responsable des communications et des CPA. Au marketing, on retrouve Nathalie Plouffe. Daniel Grenier s'occupe du CSMO, Jean-Marc Bernard de l'environnement et des pneus hors d'usage et Danny Houle du recrutement.

« Nous sommes déjà très actifs, aux côtés de l'AIA, pour faire des pressions auprès des gouvernements afin de faire avancer ce dossier névralgique qu'est le Droit à la réparation. Avec quelques milliers de nouveaux membres, il est certain que nous pourrions mettre encore plus de poids à nos revendications. »

Mobilité de la main-d'œuvre

Les ententes conclues entre le Québec et l'Ontario sur la mobilité de la main-d'œuvre vont voir arriver ici de nouveaux techniciens inscrits au Programme des normes interprovinciales Sceau Rouge. « Ce nouvel enjeu est à nos portes et les entreprises québécoises devraient ainsi pouvoir bénéficier de crédits d'impôt fédéraux affectés à la formation particulièrement avec l'arrivée sur le marché de véhicules hybrides. »

Guide des tarifs, escomptes et réductions de primes

L'ASPQ publie depuis quelques années un guide très apprécié sur les tarifs et taux horaires consentis par ses membres. Celui de 2008-2009 vient de paraître, mais estime André, « il pourrait être bonifié avec des sondages plus approfondis auprès des propriétaires d'ateliers à travers le Québec ce qui, selon lui, permettrait d'harmoniser les tarifs sur tout le territoire. »

Il en va de même pour la négociation de taux d'escompte sur les cartes Visa et MasterCard ainsi que sur les réductions de primes au volume auprès de courtiers d'assurance.

Assemblée générale du 15 janvier 2009

L'ASPQ a convoqué ses membres à cet important événement qui se tiendra au Palais des congrès en marge du Salon de l'auto de Montréal. « Il s'agit d'un moment fort pour asseoir la crédibilité de notre association auprès du plus grand nombre possible de participants. »

Quant aux projets à long terme, l'ASPQ planifie accueillir à Mont-Tremblant en 2012 le Congrès de la TDAC. « Nous sommes confiants, malgré la forte concurrence de Toronto, de remporter la mise. » PM



Membres du CA de l'ASPQ 2008-2009

André Sansregret, président, OK Pneus Joliette
Danny Houle, vice-président, Service de pneus Drolet
Michel Poupart, trésorier, Pneus Poupart
Denis Rouiller, secrétaire, Centre du pneu radial Laprairie
Jean Trudel, président sortant, OK Pneus Shawinigan
Jean-Marc Bernard, administrateur et gouverneur
Daniel Dubuc, administrateur, Pneus Trudeau et Mécanique
Danielle Gagnon, administratrice, Odessa Canada
Pierre Germain, administrateur, Pneus Unimax
Daniel Grenier, administrateur, Trafik Pneus et Mécanique
Guy Letellier, administrateur, GCR Centre de pneus
Nathalie Plouffe, administratrice, Revue Pneu Mag
Denis Proteau, administrateur, Pneus Sher-Mont
Nelson Truchon, administrateur, Myers Tires

La permanence de l'association est assurée par Ginette Saint-Jean, secrétaire de direction.

Pour plus d'informations :
ASPQ | 1-866-454-0477 | aspq@qc.aira.com | www.aspq.ca





Guy O'Bomsawin
gobomsawin@videotron.ca

Rinaldo Lanni

Premier banniéré AUTOPNEU

En janvier 2008, les couleurs d'AUTOPNEU étaient officiellement lancées par l'adhésion à ce réseau d'un centre majeur de la Rive-Nord, Pneus RCL, dont Rinaldo Lanni est le président.



À voir en octobre et novembre les îlots de pneus disposés au garde-à-vous devant l'atelier, et le flot continu de clients, on n'a pas à se questionner sur la popularité de l'entreprise.

Situé à Saint-Eustache à gauche du T formé par l'intersection du chemin de la Grande Côte et de la 25e avenue, Pneus RCL est un centre couru depuis bientôt 20 ans par une clientèle qui a une confiance absolue en l'expertise de Rinaldo Lanni et à son personnel.

Choisi par le pneu

Né d'une famille montréalaise connue dans le domaine, le pneu est son univers depuis sa jeune adolescence et son premier et seul choix de carrière, malgré le fait que son père ait tenté de l'y mouiller tôt pour qu'il préfère les études.

Il était alors loin de se douter que Rinaldo serait professionnel et passionné au point de tenir à connaître le pneu à fond, et à devenir au Québec l'un de ceux qui proposent exactement le produit qu'il convient d'installer.



Rinaldo Lanni, dont l'entreprise et l'équipe sont à la fine pointe, remarque que les consommateurs ont généralement tendance à opter pour des pneus de meilleure qualité. Chez Pneus RCL, ils trouvent exactement ce qui leur convient.

Trois fois par jour

Pneus RCL, qui offre les marques Cooper, BFGoodrich, Marshal, Michelin, Multi-Mile, Uniroyal et Yokohama, dessert les garagistes trois fois par jour.

Des grandes marques aux moins connues, il en connait les caractéristiques au point d'associer chaque catégorie et chaque type de véhicule au modèle qui correspond très finement à sa construction et à son comportement routier.

Triple service

Jadis membre d'un grand réseau de marque privée, Rinaldo a adhéré tout de go à la bannière AUTOPNEU dès qu'il en a appris la création. Il en est ravi et très fier d'être le premier marchand à en être devenu membre.

Il apprécie grandement le fait d'y être directement impliqué dans le processus décisionnel et d'avoir une relation constante et privilégiée avec des fournisseurs dont les représentants sont fort actifs.

À cette entreprise, qui appartient aussi à Rita Cannella et Nadia Lanni, sa femme et sa fille, on offre en sus des pneus et de l'entretien mécanique aux automobilistes, un service de gros aux garagistes, et un service complet aux camionneurs et industriels.

Triple service

Pneus RCL compte un effectif d'une quinzaine de techniciens et de préposés, 2 ateliers de 4000 pi² chacun situé presque face à face, un entrepôt de 13 000 pi², et 5 véhicules de service aux routiers.

Rinaldo Lanni, dont l'atelier fait partie de NAPA AUTOPRO, se réjouit de l'engouement de sa clientèle pour la gamme de produits sélects du nouveau réseau AUTOPNEU. PM




L'équipe de
Publications Rousseau
vous souhaite de
Joyeuses Fêtes !
PUBLICATIONS ROUSSEAU

Éric Descarries
104420.662@compuserve.com

Plusieurs nouveaux joueurs

Les pneus commerciaux à SEMA

Le pavillon TIA à SEMA, l'exposition annuelle de la *Specialty Equipment Market Association*, tenue annuellement à Las Vegas, n'est pas réservé qu'aux pneus de performance et aux roues de fantaisie. Plusieurs manufacturiers de pneus commerciaux choisissent aussi cet endroit pour y lancer de tout nouveaux produits ou, dans certains cas, juste pour rappeler aux visiteurs qu'ils produisent toujours des pneus de divers types pour usages différents. D'autre part, le marché du pneu commercial est devenu de plus en plus concurrentiel suivant une demande grandissante. Si vous n'étiez pas à SEMA en novembre dernier, voici un petit aperçu de ce que vous avez peut-être manqué.

photos : Éric Descarries



Les pneus Kenda avaient un stand démontrant différents pneus pour usages multiples.



Le manufacturier chinois Double Coin occupait un espace impressionnant à SEMA.


Sumitomo avait conservé un endroit d'importance pour les pneus commerciaux à son stand.


Le manufacturier italien Ravaglioni exposait divers outils de remplacement de pneus à SEMA.


Heureusement, cet immense pneu de génie civil de Titan n'était qu'une maquette du produit réel. Comment aurait-on pu déplacer un tel monstre sur un plancher d'exposition ?


Le manufacturier chinois Triangle Tires impressionnait avec son grand stand à SEMA.

La compagnie des pneus Carlisle exposait tout un éventail de produits commerciaux à SEMA.

Le manufacturier American Tire avait un gros pneu Colorado de génie civil de 63 pouces à son stand.

König produit toujours des chaînes pour poids lourds, un accessoire utile dans notre coin de pays.

Malhotti Rubbers (Tyres) était un de ces nouveaux venus au SEMA. Ce manufacturier nous vient d'Inde.

Éric Descarries
104420.662@compuserve.com

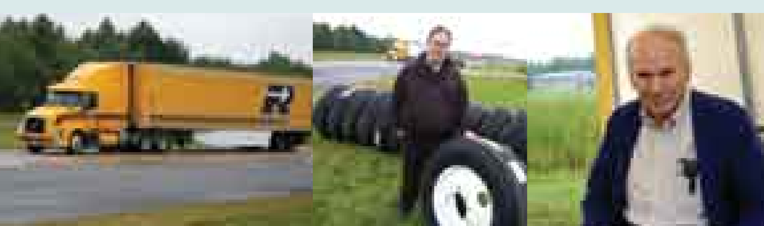
Un nouveau pneu commercial

Continental met son nouveau HSL2 à l'épreuve

Continental Tire n'a pas eu à faire un lancement officiel de son nouveau pneu de direction HSL2 pour poids lourds au Canada. À la place, le manufacturier allemand a choisi de l'inclure à l'Energotest, un programme mis sur pied par FPInnovation et Projet Innovation Transport à la piste d'essai de PMG Technologie à Blainville en septembre dernier. Le but ? Prouver l'efficacité énergétique du nouveau HSL2.


Patrick Lachance et Martin Cousineau de Continental n'agissaient que comme des observateurs.


Patrick Lachance écrase le Flex Lock avec son pouce.


Des camions Volvo étaient utilisés pour les tests.

Patrick Lachance montre le nouveau HSL-2.

L'ingénieur Eugene Sinopoli prenait des notes.

photos : Éric Descarries

Energotest se déroulait durant quelques semaines et l'exercice incluait l'essai de plusieurs innovations techniques pour aider les poids lourds à atteindre une meilleure économie de carburant, incluant des déflecteurs aérodynamiques, des déflecteurs arrière de semi-remorque, des appareils servant à économiser le carburant, des silencieux et plus encore. En ce qui a trait au nouveau pneu Continental HSL2, il était combiné à des pneus d'essieu moteur HDL sur des tracteurs Volvo VN combinés à des semi-remorques conventionnelles de 53 pieds. Les techniciens ont fait appel aux instruments Isaac et tous leurs capteurs pour y prendre les mesures et données nécessaires. En passant, ces résultats ne seront publiés que plus tard. Des pneus concurrentiels ont alors été testés selon trois sessions de 13 tours à 98 km/h. Puis, ce fut au tour des Continental de subir les mêmes tests.

Un nouveau produit

Ce faisant, Continental veut démontrer jusqu'à quel point son HSL2 est très concurrentiel mais pas seulement en ce qui a trait à la consommation. Grâce à la complicité de Patrick Lachance de Continental, directeur des ventes aux flottes pour le Québec et les Maritimes, et de Martin Cousineau, directeur de service aux produits pour Continental Canada, nous avons pu rencontrer Eugene Sinopoli, chimiste affecté au développement des produits du Centre de technologie du Groupe Commercial de Continental à Mt Vernon, Illinois. Il a expliqué comment Continental développait de nouvelles gommes pour les bandes de roulement, les carcasses et les flancs et aussi comment le manufacturier allemand travaillait fort pour éliminer les fissures provoquées par la flexion. Une de ces nouvelles gommes doit aussi résister à l'usure irrégulière. De plus, il a expliqué comment le principe Flex Lock des pavés de la bande de roulement s'imbrique avec les flancs pour les raidir et donner plus de stabilité latérale dans les courbes.

Mais alors, pourquoi Continental se fie-t-elle à une compagnie indépendante pour prouver les capacités de son produit HSL2 ? « Continental a ses propres pistes d'essai », indique Patrick. « Mais confier ces tests à des sources indépendantes prouvera la véracité des démonstrations de Continental. » PM


Éric Descarries
104420.662@compuserve.com

Derniers soubresauts avant l'hiver

L'imposant SCP9 à Montréal

Il y a deux signes avant-coureurs de l'hiver qui ne peuvent tromper au Québec. Le premier, c'est la ruée chez les concessionnaires de pneus d'hiver aussitôt qu'il y a des prévisions de quelques flocons de neige à la télé. Le deuxième, c'est le SCP.

SCP veut dire Sport Compact et Performance, une exposition qui est ni plus ni moins que le dernier salon des autos modifiées de la saison. Dans le cas du tout dernier salon d'octobre, c'en était la neuvième édition. Ce salon, le plus grand et le plus important au pays, est devenu presque une légende en lui-même.

Autos et pneus

En fait, près de 300 véhicules se retrouvaient à ce salon qui accueillait non seulement de multiples voitures importées, comme le veut la coutume, mais aussi des autos et des camions américains et même des *hot rods* ! Le SCP9 était aussi l'endroit idéal pour que les concessionnaires de pneus et de roues y démontrent leurs tout nouveaux produits, sachant très bien que plusieurs propriétaires retoucheront leurs autos durant l'hiver. Voici donc un rapide survol de ce que des dizaines de milliers de visiteurs ont pu voir durant ce week-end. PM

photos : Éric Descarries



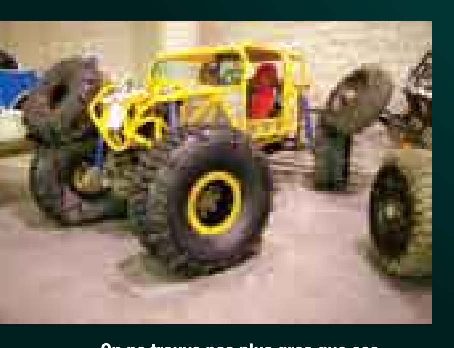
Le SCP9 tenu au Stade Olympique fut encore un grand succès.



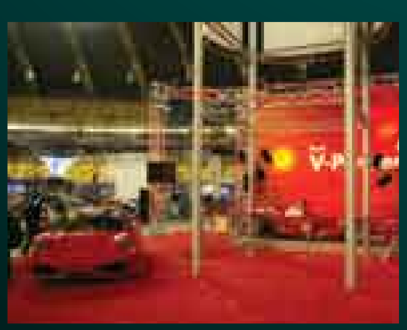
Ce simulateur de course avait même de vrais pneus Bridgestone de Formule Un.



La vedette du salon, c'était la Cadillac CTS Top Tuner au stand Castrol.



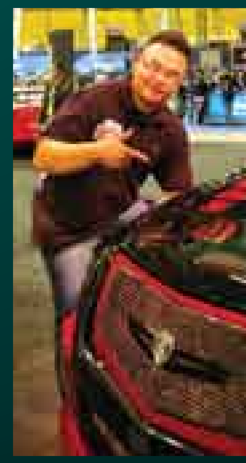
On ne trouve pas plus gros que ces SuperSwampers.



Shell était un des commanditaires du SCP9. Il y avait des voitures extraordinaires à son stand.



GM avait une voiture NASCAR du champion Jimmie Johnson avec pneus Goodyear Eagle de course à son stand.

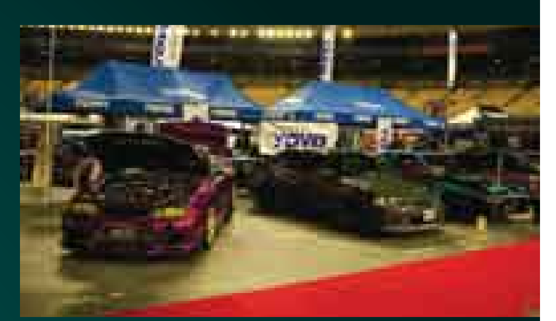


Le directeur Ben Woo est responsable du Salon SCP depuis des années.





Marcos Santos (Infiniti) et la vedette de télé Babu (Mustang) conduisent des voitures de drift commanditées par General Tire.



Toyo avait de superbes automobiles à son stand.



Les pneus Falken avaient tout un stand au SCP9.



Fast Wheels avait tout un étalage de produits intéressants au Salon SCP9.



General Tire attirait beaucoup de visiteurs à son stand.



Castrol avait un important stand au SCP9 – pas surprenant puisque Castrol était aussi un important commanditaire du Salon.

Frédéric Desjardins
Desjardins.Frederic@brunswicknews.com

Formation de conduite Avantage

Course d'obstacles écologique à Edmundston

Comme dans bien des domaines, le milieu automobile a dû s'adapter à la vague environnementale déferlant sur la planète depuis quelques années. Il reste maintenant à convaincre la population que les mots écologie et performance peuvent s'allier dans un même contexte.

C'est pour cette raison que l'entreprise Formation de conduite Avantage d'Edmundston a décidé de présenter autrement son traditionnel slalom, événement qui en était à sa sixième édition en 2008. Le 21 septembre, plus de 250 personnes ont assisté à des courses d'obstacles sur le stationnement du Centre Brunswick. Les conducteurs devaient alors effectuer différentes manœuvres tout en respectant la signalisation routière. Parmi les épreuves présentes sur le trajet, on retrouvait entre autres le virage à 180 degrés, la perception d'arrêt d'urgence, le serpentin, le cul-de-sac et la décision finale.

Des zones scolaires et de construction furent également recréées sur le parcours grâce à de véritables panneaux et bosses et un authentique autobus scolaire. La différence avec les éditions antérieures repose principalement sur le type de véhicule utilisé durant cette journée, la majorité des voitures étant hybrides ou écoénergétiques. Ce genre de démonstration écologique était effectué pour la première fois en Atlantique. « Les gens ne sont pas assez sensibilisés à ces nouveaux genres de véhicules. Même si on pense écologie, le confort et la performance sont encore là. Il faut trouver le moyen de diminuer notre consommation afin de réduire les gaz à effet de serre », explique Gilles Francoeur, président et fondateur de Formation de conduite Avantage et porte-parole dans les Maritimes pour le programme Gardez vos pneus en forme

Participation des concessionnaires

Plusieurs concessionnaires de la région d'Edmundston ont accepté avec enthousiasme d'aller présenter leurs différents modèles hybrides et éconergétiques dans un contexte mêlant à la fois environnement et sécurité. Le tout a d'ailleurs eu lieu sous forme de jeu. Les conducteurs effectuant une mauvaise manœuvre perdaient leur permis de conduire lorsqu'ils franchissaient la ligne d'arrivée. Pour récupérer ce document essentiel, ces derniers devaient alors répondre à une question sur la sécurité routière sur les ondes de CFAI-FM.

D'autres organismes avaient aussi des kiosques sur place, dont la COGERNO et la Force policière d'Edmundston. Les spectateurs ont même eu la chance d'assister à des simulations de poursuites policières. D'un point de vue plus technique, quelques participants ont rivalisé de vitesse lors de concours visant à changer un pneu crevé. Encore là, toutes les règles de sécurité et de vérification devaient être respectées à la lettre afin de ne pas perdre de points. « Lors d'une crevaison, c'est toujours important de vérifier son pneu de secours. Des concurrents n'ont pas pensé à vérifier la pression de l'air de ce pneu. Il faut vérifier le gonflage de tous les pneus à fréquence régulière et idéalement les gonfler à l'azote si possible », ajoute Gilles.

L'événement devrait être de retour en 2009 avec d'autres nouveautés, dont une démonstration de freinage d'urgence avec des pneus d'hiver et quatre-saisons, neufs comme usagés. PM



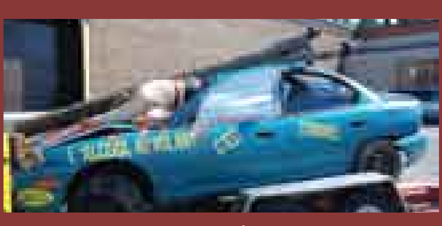
L'exercice de la décision finale exigeait au conducteur de freiner rapidement dans une des trois zones d'arrêts désignées à la fin du parcours.



Des poursuites policières furent recréées à l'intérieur de la course à obstacles au Centre Brunswick.



Gilles Francoeur donne des instructions à un participant.



Afin de sensibiliser les visiteurs à l'importance de conduire à jeun, l'entreprise Formation de conduite Avantage a exposé un véhiculé accidenté. Réalité ou fiction ?



Les participants devaient changer un pneu crevé.

photos : Frédéric Desjardins

Bourses d'études

2009

Programme de bourses d'études Toyota-Jour de la Terre

Courez la chance de gagner l'une des 15 bourses d'études postsecondaires de 5 000 $ pour l'université ou le collège.

La date limite pour l'envoi des demandes est le 31 janvier 2009.

jourdelaterre.org






Raynald Bouchard
raynaldbouchardmedia@yahoo.ca

Rôle clé du CSMO dans votre secteur d'activités

Danielle Le Chasseur et ses défis

Depuis son arrivée en poste en avril 2007, elle s'est appliquée à recentrer la mission du CSMO. Son principal objectif est de s'assurer que son rôle soit bien connu de tous : soutenir et développer la main-d'œuvre et favoriser l'émergence de la relève.

Ce recentrage passe, pour Danielle Le Chasseur, par un rapprochement avec les quelque 12 500 entreprises ayant pignon sur rue pour offrir aux consommateurs québécois des services complets d'entretien et de réparation automobiles. Cette collaboration est primordiale pour mieux répondre à leurs besoins.

Le diagnostic a déjà été posé en ce qui concerne la pénurie criante de personnel spécialisé au Québec, particulièrement dans ce secteur. Pourquoi la situation persiste-t-elle toujours ? « Nos entreprises sont pour la plupart de petite et moyenne envergure et ne constituent pas une force d'attraction auprès des étudiants qui entretiennent toujours des préjugés au sujet des conditions de travail et des salaires dans les ateliers. Les liens entre ces employeurs et les quelque 45 centres de formation professionnelle (CFP) doivent se resserrer pour briser ce mur de méconnaissance envers la variété des métiers intéressants qui y sont offerts. »

Valoriser la formation professionnelle

Détentrice d'une Maîtrise en gestion de la formation de l'Université de Sherbrooke, Danielle a été pendant neuf ans conseillère en formation et chargée de projet pour le CSMO avant d'en assumer la direction générale. « Le rapprochement avec les intervenants commence par la promotion sur le terrain, dans les écoles et les foires de carrières, des métiers de l'automobile. Nous devons également effectuer une plus grande conscientisation auprès des intervenants dans les centres d'apprentissage afin qu'ils présentent ces métiers de façon positive en mettant en évidence la qualité des emplois, le travail d'équipe, la protection de l'environnement et les possibilités d'avancement. Ce sont des valeurs auxquelles les jeunes s'identifient. Nous devons enfin inciter les chefs d'entreprise à manifester leurs besoins en participant activement aux journées portes ouvertes dans les CFP et en acceptant de plus en plus de stagiaires dans leurs ateliers. »

La contribution des grandes associations

Les nombreux partenaires du CSMO ont un rôle majeur à jouer pour changer la perception encore négative qui entoure les métiers de l'automobile. « Il faut que ces organisations mettent toutes l'épaule à la roue afin de présenter de façon honnête et réaliste la qualité des emplois dans leurs domaines respectifs, non seulement auprès des jeunes générations, mais aussi auprès de ceux qui les forment. »

Une équipe au service de l'industrie

Le CSMO, c'est une équipe qui investit temps et argent à réaliser des projets qui visent à développer des outils de gestion efficaces pour soutenir les entreprises, élaborer des formations et des normes pour assurer les compétences des travailleurs et promouvoir les métiers en vue de favoriser la relève.

Survol de l'organisme

Le CSMO est un organisme à but non lucratif, financé par Emploi-Québec, dont le rôle est d'intervenir en priorité au niveau de l'adaptation des compétences et de la promotion des métiers dans les services automobiles.

Les acteurs de l'industrie sont regroupés dans plusieurs associations patronales et syndicales fort actives dont les missions respectives assurent la représentation et la mise en valeur des intérêts de leurs membres. Ils s'impliquent à une même table, au sein du Comité sectoriel, pour identifier des pistes communes en matière de développement de la main-d'œuvre. PM



www.csmo-auto.com

Danielle Le Chasseur, directrice générale, Comité sectoriel de main-d'œuvre des services automobiles (CSMO)





FORMULAIRE D'INSCRIPTION

SUCCÈS D'AFFAIRES ET PROFITABILITÉ!

GRAND FORUM de l'AIA – Édition 2009

18 MARS 2009 – HÔTEL DES SEIGNEURS, SAINT-HYACINTHE

Un GRAND FORUM qui offre aux dirigeants d'ateliers des moyens concrets pour améliorer leur rentabilité. Un événement qui permettra de favoriser les échanges entre les différents partenaires du marché secondaire de l'automobile. Un lieu de rencontres où seront communiqués par l'entremise de conférenciers de prestige les enjeux de notre industrie, les changements, ainsi que les tendances à venir.



Conférences, ateliers, expositions, échanges et nouvelles technologies.
Venez partager nos solutions avec les experts du marché.

AU PROGRAMME

7 h 30 . . . . Accueil et visite de la salle d'exposition
8 h 30 . . . . Allocution des dignitaires et conférenciers
9 h 30 . . . . Séminaires – Bloc I
10 h 30 . . . . . . Pause-café et visite de la salle d'exposition
11 h . . . . Séminaires – Bloc II
12 h . . . . Dîner et visite de la salle d'exposition
13 h 30 . . . . . . Séminaires – Bloc III
14 h 30 . . . . . . Pause-café et visite de la salle d'exposition
14 h 45 . . . . . . Séminaires – Bloc IV
15 h 45 . . . . . . Conférence de clôture et visite de la salle d'exposition
16 h 30 . . . . . . Cocktail

Un événement unique au Québec où seront réunis plus de 500 décideurs de l'industrie de l'après-marché de l'automobile.

RÉSERVEZ MAINTENANT !

INSCRIPTION

Réservez auprès de Wendy Allain au 450-448-2220, admin@p-rousseau.com ou remplissez ce formulaire et télécopiez-le au 450-448-1041.

ENTREPRISE		
NOM		COURRIEL
ADRESSE		TÉLÉPHONE ( ) TÉLÉCOPIEUR ( )
VILLE	PROVINCE	CODE POSTAL
NOMBRE DE PERSONNES	TARIF PAR PERSONNE X 150.00 $ (incluant les taxes)	TOTAL =

Libellez votre chèque à l'ordre de Publications Rousseau, ou contactez-nous pour effectuer votre paiement par carte de crédit.

TPS # 139133268
TVQ # 1017103632

FRAIS D'INSCRIPTION

150.00 $ taxes incluses
Lunch et cocktail inclus

Publications Rousseau
2938, terrasse Abénaquis,
bureau 110, Longueuil (Québec)
J4M 2B3

admin@p-rousseau.com

Tél. : 450-448-2220
Téléc. : 450-448-1041

Kara Cunningham
kaalynncuningham@shaw.ca

Symposium 2008

Risques et récompenses du recyclage de caoutchouc

Tendances, problèmes, innovations, gestion de risques ou perspectives d'affaires : les leaders du domaine du recyclage du caoutchouc ont traité en détail de tous les aspects de cette industrie.

Du 29 au 31 octobre dernier à Vancouver, des participants, exposants et délégués ont assisté au huitième Symposium bisannuel sur le recyclage du caoutchouc, qui était présenté par l'Association canadienne de l'industrie du caoutchouc (ACIC) et la *Rubber Manufacturers Association* (RMA). Sur le thème « Risques et Récompenses », des panélistes se sont rassemblés pour présenter de l'information sur les problèmes actuels affectant l'industrie du recyclage du caoutchouc.

Vue d'ensemble

Le symposium a débuté par la présentation de John Scott, président de la CATRA (*Canadian Association of Tire Recycling Agencies*), qui a résumé les défis principaux du recyclage du caoutchouc : géographie et masse critique, gestion juridictionnelle fragmentée, manque de coordination à l'échelle nationale, accumulation des stocks, coûts à la hausse, instabilité des marchés, restrictions sur l'utilisation finale, perceptions du public et désinformation. Tom Wood, de la RMA, a dressé un portrait similaire du marché états-unien du pneu usé, et Lars Aman a fait de même pour l'Union Européenne. Le défi, en Amérique du Nord, demeure de trouver des solutions économiquement viables tout en respectant l'environnement et ses ressources naturelles.



Mike Hennessy de la *Tire Stewardship B.C.*

Gestion de risques

Mike Blumenthal, vice-président de la RMA, a abordé la gestion de risques par des pratiques commerciales loyales et des relations publiques. Ignorer le public peut être fatal, prévient-il. Réduisez les risques et tirez des bénéfices en comptabilisant les coûts réels, en restant au dessus de la compétition, en maintenant un bon rendement opérationnel et en vous diversifiant vers de nouveaux marchés.

Programme d'intendance de l'Ontario

Glenda Gies, directrice de *Waste Diversion Ontario* (WDO), a présenté le plan ontarien de gestion des pneus hors d'usage. L'organisme élabore présentement un programme de recyclage des pneus pour l'Ontario, qui est la seule province n'ayant pas de programme d'intendance des pneus hors d'usage. Selon le modèle de financement proposé par WDO, les propriétaires de marques et les fabricants paieront les frais.

Asphalte caoutchouté

High Chapman, de la *Seneca Petroleum Company*, a fait valoir les avantages de l'asphalte caoutchouté. Ce procédé prolonge la vie de la chaussée, améliore sa stabilité, sa résistance aux ornières et réduit la fissuration réflective et thermique. Rob Ostrikoff, du ministère des Transports de la Colombie-Britannique, a mentionné de nombreux travaux routiers de cette province pour lesquels l'asphalte caoutchouté a été utilisé avec succès.

Quant à lui, Cliff Ashcroft, de la *Rubber Pavement Association*, a parlé des obstacles à l'utilisation de l'asphalte caoutchouté, qui incluent la confusion du marché sur les matériaux, le contrôle

photos : Aaron Tam *tam.aaron@gmail.com*
Traduit de l'anglais par Émile Bournival.





Jerome Paris, *RRFB Nova Scotia*, Nouvelle-Écosse; Glenda Melvin, *Multi-Materials Stewardship Board,* Terre-Neuve et Labrador; Michael Blumenthal, *Rubber Manufacturers Association*; Rosemary Sutton, *Tire Stewardship B.C.*; Ralph Warner, ACIC; Glenn Maidment, ACIC; Mike Hennessy, *Tire Stewardship B.C.*

faible ou inexistant de la qualité, l'absence de spécifications types, la réticence à changer les formulations et les fausses perceptions sur le rendement par temps froid. Toutefois, les avantages potentiels sont nombreux. Les mélanges ouverts et perméables de l'asphalte caoutchouté permettent de réelles économies, de même qu'une réduction du bruit et de la pulvérisation d'eau entraînées par le passage des véhicules.

Terrains de sport et aires de jeux

L'utilisation du caoutchouc pour les aires de jeux et les revêtements de sol à fins sportives a également été abordée. Henry Helps, de Everplay Installations, a souligné l'importance des normes de performance. Un non-respect de celles-ci peut causer des blessures mortelles ou débilitantes qui pourraient mener à des poursuites judiciaires.

Douglas Wournell, de *Principal – Athletica Sport & Recreation Design*, et Darren Gill, de Fieldturf Tarkett, ont discuté des avantages du caoutchouc recyclé dans la pelouse synthétique, solution durable et économique offrant une bonne absorption des chocs. Cette industrie crée de l'emploi et recycle de grandes quantités de pneus. Toutefois, elle a été la cible de critiques malgré que le niveau de toxicité de cette matière soit sans danger.

Combustible dérivé de pneus

Le combustible dérivé de pneus (TDF) alimente la plupart des fours à ciment, ainsi que quelques centrales électriques et papeteries. Les risques sont minimes et les atouts sont nombreux : économies de fabrication, de carburant fossile, et déchets réutilisés à bon escient. Tracey Norberg, premier vice-président de la RMA, a mentionné le *Clean Air Act*, qui nuit aux entreprises se servant du TDF. Tracey Norberg affirme que si l'utilisation du TDF cessait, les autres marchés du pneu hors d'usage ne pourraient absorber le surplus ainsi provoqué.

Économie du marché du pneu hors d'usage

Mike Roberge, président du *Western Rubber Group*, avait quatre conseils à donner aux entreprises de l'industrie du caoutchouc granulaire : exploitez des marchés à proximité pour réduire les coûts de transport, assurez-vous le soutien des producteurs de pneus, établissez-vous sur de nouveaux marchés, et faites de réels efforts pour distancer vos concurrents.

Mark Hope, de *Tire Disposal & Recycling*, a décrit l'économie du transport des pneus, pesant les « pour » et les « contre » du transport par chemin de fer, par bateau, ou par la route. Il a comparé les coûts de l'aller et du voyage de retour, et a cité les avantages de la réduction du volume des matériaux avant expédition. Mark a aussi couvert, entre autres, la répartition, le développement d'itinéraires, les horaires et le service à la clientèle.

Granulat dérivé de pneus

Vendredi a débuté avec une discussion sur l'utilisation de granulat dérivé de pneus (TDA) en génie civil. Bernie Mills, de Jacques Whitford, a décrit comment le TDA a été employé avec succès comme matériau de remplissage dans la reconstruction de la levée d'une autoroute au Nouveau-Brunswick.

Brad Schultz, de la *Alberta Recycling Management Authority*, a parlé de la grande variété de projets albertains dans lesquels a été utilisé le TDA : remplissage pour levée de terre, remblai de murs de soutènement, stabilisation de pentes, réduction des vibrations, champs d'épuration, isolation, et aménagement paysager, pour n'en nommer que quelques-uns. Selon Brad, les gravières détruisent les paysages, les habitats animaliers, la diversité biologique, et sont impopulaires auprès des résidents à cause du bruit, de la pollution et des dangers qu'elles entraînent. Le TDA est léger, compact, perméable, donc plus efficace et moins onéreux que les matériaux rocheux conventionnels utilisés dans les levées de terrain.

En conclusion

Les autres sujets du symposium incluaient le recyclage de pneus en Californie, les nouvelles technologies des pneus, le recyclage des pneus hors route, la création de produits commerciaux, et la nouvelle Commission d'intendance des pneus de la C.-B. Les délégués ont aussi eu l'occasion de réseauter avec des leaders de l'industrie et d'explorer les derniers produits et services d'exposants choisis. Vous aurez le temps de vous préparer au prochain Symposium sur le recyclage du caoutchouc, puisqu'il n'aura lieu qu'en 2010. PM



Éric Descarries
104420.662@compuserve.com



à



Plus que prévu

Même si certains grands manufacturiers de pneus brillaient par leur absence à l'exposition TIA SEMA en novembre dernier à Las Vegas, le traditionnel pavillon des pneus était tout aussi occupé que jamais. Qui plus est, même si le mardi était moins occupé – il faut spécifier que c'était jour d'élection présidentielle aux États-Unis – le mercredi et le jeudi, il y avait une foule telle qu'il était difficile d'y marcher. Si vous n'y étiez pas, voici un rapide survol des stands les plus significatifs. Si vous y étiez, ces images devraient vous rappeler des souvenirs.

photos : Éric Descarries

Il était difficile de manquer le stand de Continental.

Le stand Maxxis était un des plus colorés à SEMA.

Le manufacturier hollandais Vredestein alignait tous ses produits à SEMA, incluant deux nouveaux pneus.

Pneus Hercules recevait amis et clients à son grand stand.

Nankang avait tout un stand à SEMA.

Kelsey Tires y était pour informer les amateurs de voitures de collection de ses produits.



Le manufacturier chinois Triangle avait choisi un endroit de choix à SEMA pour y faire connaître ses meilleurs produits.



Le Coréen Kumho avait établi un grand stand extérieur pour y démontrer ses pneus de performance.



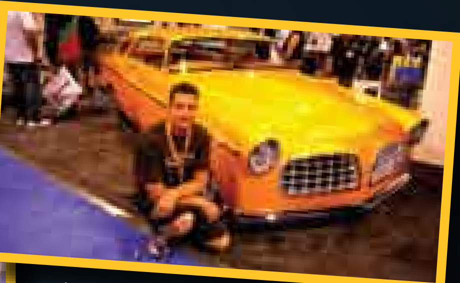
Le stand Sumitomo ressemblait à un véritable temple.



Le stand Hankook affichait une allure classique.



Kenda a fait toute une impression à SEMA.



Jean-François Lausnier, un carrossier canadien spectaculaire, était au stand Pirelli avec son unique Chrysler 1955… à pneus Pirelli, bien entendu.



Une spectaculaire Cobra trônait au stand de Yokohama.



Falken avait tout un stand à SEMA.

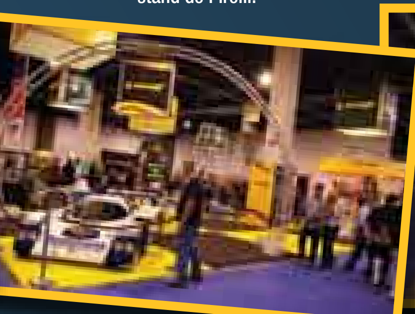


Cette rare Lamborghini Reventon ornait le stand de Pirelli.

L'artiste Chip Foose, la vedette du Salon de SEMA, signait des autographes au stand Pirelli.



Le rez-de-chaussée de cet édifice était consacré à l'industrie du pneu.



On pouvait voir une Porsche classique au stand de Dunlop.



Le manufacturier spécialisé Mickey Thompson avait des produits inusités à exposer.



Il y avait une spectaculaire Nissan GT-R au stand de Toyo.



Éric Descarries
104420.662@compuserve.com

Les roues à 

De nouveaux modèles, de nouvelles idées

Avec une économie au ralenti et le mouvement du « tuning » en perte de vitesse, on aurait plutôt cru que l'industrie de la roue « custom » allait aussi ralentir. En fait, elle a dû vraiment ralentir, car selon plusieurs observateurs, il y avait moins de manufacturiers de roues à l'exposition annuelle TIA SEMA en novembre dernier. Il y avait même des rumeurs voulant qu'une centaine de petits manufacturiers aient choisi de ne pas s'y présenter. Si c'en fut le cas, ils ont certes dû être remplacés, car il y avait beaucoup de tels manufacturiers à SEMA. Mieux encore, la plupart d'entre eux avaient même découvert de nouveaux styles pour leurs produits.

photos : Éric Descarries

Le légendaire manufacturier de roues Cragar avait tout un stand à SEMA.

Cragar a profité de SEMA pour lancer sa nouvelle roue Eliminator.

Cragar y lançait aussi cette roue d'acier pleine avec « pinstripes ».

Le manufacturier américain TSI proposait cet appareil à laver les roues à 2299 $ US.

La plus récente mode, c'est le centre de roue à couleur agencée.

Les visiteurs de SEMA étaient toujours attirés par les roues « custom ».



Il y avait encore plusieurs manufacturiers de roues à SEMA.

De belles jantes rapportées peuvent rehausser l'allure de certaines voitures haut de gamme pourvu que ce soit bien exécuté.

Seul un Hummer H2 peut accepter de telles roues de 32 pouces !

Centerline avait un étalage expliquant la fabrication de ses roues.



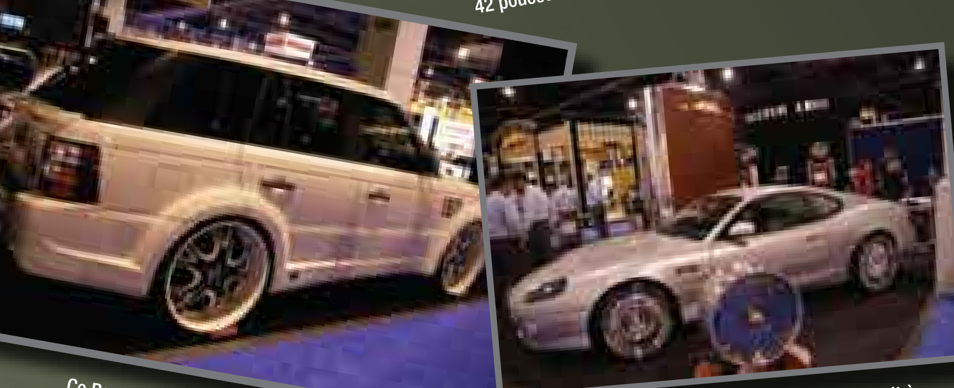
Ce petit industriel chinois nous a confié avoir un important client canadien pour ses enjoliveurs de plastique… un magasin de grande surface ! Les automobilistes québécois avec roues d'acier pour leurs pneus d'hiver apprécient ces enjoliveurs.



Que pensez-vous de roues Asanti de 42 pouces… mais où est le pneu ?

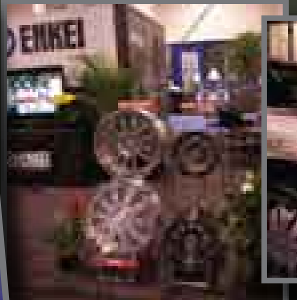
La publication DUB joue depuis longtemps un rôle d'importance à l'exposition de SEMA. Voici une des voitures de DUB, une Lexus avec roues surdimensionnées de couleur agencée.

Russtec avait toute une gamme de roues forgées à SEMA.

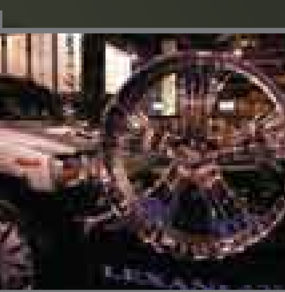


Ce Range Rover avait fière allure avec ses roues aux couleurs agencées.

Le manufacturier américain Centerline tenait à présenter sa lignée de roues pour voitures de luxe.



Le réputé manufacturier Enkei avait tout un étalage à SEMA.



Il y avait aussi cette roue Lexani de 42 pouces… toujours sans pneu.



Éric Descarries
104420.662@compuserve.com

D'importantes nouveautés

Plusieurs dévoilements à 

Y a-t-il vraiment une place plus indiquée que le pavillon TIA de SEMA à Las Vegas pour dévoiler de nouveaux pneus ? En effet, seulement à SEMA les visiteurs peuvent-ils découvrir une exposition aussi grande que celle de la TIA. Même si les trois principaux joueurs – Goodyear, Michelin et Bridgestone – y étaient absents, plusieurs autres manufacturiers en ont profité pour dévoiler en avant-première ce qui s'en vient sur le marché.

photos : Éric Descarries



Le Conti Extreme est un des nouveaux produits du manufacturier allemand Continental qui sera lancé durant les prochains mois. L'Extreme DW sera proposé en 88 grandeurs pour roues de 16 à 21 pouces dès le printemps de 2009.



Au stand de General Tire, les visiteurs étaient invités à « voter » pour le pneu de leur choix entre ces deux prototypes.



Yokohama a lancé son nouveau ADVAN Neova de performance monté sur une roue de Porsche GT3. Disponible dès le printemps de 2009, l'ADVAN Neova sera disponible en 39 grandeurs pour roues de 15 à 19 pouces.



Robert Thibodeau de Pirelli Canada a dévoilé à *Pneu Mag* ce nouveau produit, une version toutes saisons d'un P Zero Nero qui, aux États-Unis, est annoncé avec une garantie limitée de 45 000 milles. Le pneu sera d'abord offert en équipement d'origine sur les Mustang GT 2010.



Todd Hershberger de Dunlop a dévoilé tous les nouveaux produits que le manufacturier lancera durant les mois à venir. Parmi ceux-ci, il y a le nouveau Signature CS, un pneu de tourisme haut de gamme pour multisegments qui sera disponible tôt en 2009 en neuf dimensions pour roues de 16 à 18 pouces. Parmi les autres nouveaux produits, notons le Rover M/T Maxx Traction sur et hors route pour camionnettes qui sera disponible en 17 grandeurs aussi tôt en 2009.





General Tire avait quelques prototypes de pneus à son stand, dont ce modèle Grabber pour camionnettes.



Mieux connu pour ses pneus de motos, Vee Rubber de Thailande lançait sa ligne complète de produits automobile au marché nord-américain.



Al Smoke de Vredestein Tyres a dévoilé les nouveaux Arctrac et Snowtrac 3 à venir du manufacturier hollandais pour l'hiver prochain.

Le manufacturier coréen Kumho a pris tout le monde par surprise en annonçant un pneu de taille la plus basse jamais offerte, soit un pneu de série 15, le ECSTA SPT 385/15ZR22. Ce pneu est destiné à des voitures de performance comme la Dodge Viper, la Ferrari F430 et la Corvette Z06. (photo : Kumho)



Hankook Tire a lancé son nouveau Ventus R-S3 Z222 d'ultra haute performance à SEMA. Successeur du RS-2 Z212, ce pneu avec « Kontrol Technology » lui permet une amélioration de 30 % de performance sur pavé sec grâce à son profil qui maximise le contact au sol. Notez le dessin du type « flammes » de la bande de roulement. Disponible en mars 2009, ce pneu sera d'abord offert en sept grandeurs, éventuellement en 16 dimensions. (texte et photo : Jil McIntosh)



Attendez-vous à ce que Falken (un membre de la famille Sumitomo Rubber Industry) lance son nouvel Eurowinter HS439 d'hiver sur le marché nord-américain l'année prochaine. Il sera disponible en versions qui peuvent être cloutés ou non avec des indices de vitesse T, H et V des séries 70 à 40 pour roues de 14 à 19 pouces. C'est évidemment un pneu de performance !



Le Continental Extreme Winter Contact sera disponible l'année prochaine. Ce nouveau pneu d'hiver arrivera en 88 grandeurs populaires pour roues de 16 à 24 pouces.



Continental exposait cet intéressant prototype de pneu à son stand.



Jiafu est un autre de ces manufacturiers chinois qui arrive sur notre marché. On voit qu'il est désormais un membre de la SEMA et il sera certes à considérer avant longtemps.

François Charron
technoserv@sympatico.ca

automechanika Frankfurt 2008

Tout ce que vous n'avez pu imaginer

La 20e édition de ce salon international consacré exclusivement à l'industrie automobile a confirmé le pôle position mondial de cet événement qui prend l'allure d'un marathon si on veut tout voir, ou si on a manqué de bien planifier sa visite à l'avance. Tous les domaines de cette industrie étaient représentés, et chacun a pu y trouver son compte, que ce soit dans les nouvelles technologies, équipements, appareils et outils, pièces de rechange, produits et services, applications informatiques, etc. Une occasion unique également pour élargir son réseau ou se lancer dans l'aventure du commerce international.

Cette année, le salon Automechanika Frankfurt a établi de nouveaux records de participation. Plus de 166 000 participants venus de 146 pays pouvaient visiter pas moins de 4680 kiosques représentant 80 pays. Sur une superficie de 322 000 m^2 (50 terrains de football) se succédaient exposants et idiomes de toutes nations, et l'allure hétéroclite générale des lieux n'avait d'égale que la diversité des produits et services que chacun promouvait.

Pour tous les goûts

Les organisateurs de l'exposition, conscients que dorénavant tout passe par la protection de l'environnement, avaient préparé un guide spécial des exposants qui proposait des produits et services écologiques. Les plus innovateurs pouvaient se mériter une mention d'honneur et recevoir un trophée présenté par la Fédération allemande de l'industrie. Au nombre des autres centres d'intérêt, on pouvait assister ou participer à l'un des évènements suivants :

- Une étude sur l'effet des changements climatiques sur l'industrie d'ici 2020
- L'exposition des produits gagnants de lauréats en innovations technologiques
- Des panels de discussion et des forums sur les enjeux de l'heure dans l'après-marché
- Des présentations, démonstrations et des séminaires sur de nouveaux équipements, outils, techniques de réparation, etc.
- Une nouvelle section de kiosques consacrés exclusivement à la gestion du savoir (IT) et aux outils informatiques de pointe.
- Une campagne d'information internationale sur le droit à la réparation
- Un séminaire informatif sur la contrefaçon des pièces

Plusieurs groupes ou associations offraient également leurs avis et recommandations gracieusement sur les nouvelles technologies, les tendances majeures, les nouveaux procédés de réparation en mécanique et en carrosserie. PM

automechanika.messefrankfurt.com



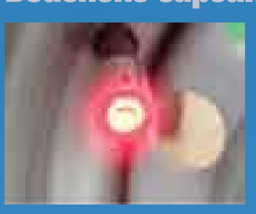
Besoin d'un lift ?

Le cric universel Profimaster 3000, d'une capacité de levage par colonne de 1250 kg, peut soulever jusqu'à une hauteur de 1 mètre du sol en moins de 25 secondes grâce à son puissant moteur électrique de 1,1 KW. Très mobile sur toute surface, on peut l'employer sur une seule roue ou conjointement en duo pour le train avant ou arrière de tous les véhicules légers et de taille moyenne. Il est livré avec une chandelle fixe, une fourche à pneus et un crochet de retenue. *www.distributionpdg.ca*

Chaînes à neige en composite

Easy Grip présente une nouvelle génération de chaînes à neige en composite, ultraperformante et très simple à installer. Sa structure exclusive en composite, complétée de 150 clips métalliques, assure une motricité optimale sur neige et verglas en traction, propulsion, freinage et virage. Compatible avec les dispositifs ESP et ABS, Easy Grip n'engendre pas de bruit ni de vibrations particulières pendant la conduite. Elles s'adressent à toutes les voitures chaînables et le montage est simple, surtout pour les véhicules disposant de passages de roues réduits. Easy Grip est équipée du système réfléchissant *Night Vision Security* qui accroît la visibilité nocturne latérale du véhicule. *www.easy-grip.eu*

Bouchons capsules lumineux



Pour prolonger la vie des pneus et économiser du carburant, il existe une solution simple peu coûteuse. Les bouchons capsules Led Alarme Pression de la compagnie Hi-Tec International Sarl s'installent aussi rapidement qu'un bouchon conventionnel et sont munis d'un mécanisme antivol. Dès qu'une baisse de pression est détectée, une diode lumineuse clignote automatiquement pour vous avertir. *www.ledalarmepression.com*



François Charron technoserv@sympatico.ca

Procédures de sécurité

Quand vient le moment de réparer une voiture hybride, le danger numéro 1 est sans contredit le voltage élevé, invisible à l'œil nu, qui sommeille à différents endroits – selon le fabricant – et qui peut être fatal. Voici un petit guide à conserver pour vous aider à travailler de façon sécuritaire et consciente en débranchant la source de haut voltage avant toute réparation. Rappelez-vous que le manuel d'instructions du fabricant demeure *la* référence.

Ce qu'il faut savoir

- Le câblage haut voltage est toujours de couleur orange
- Les pièces et composantes haut voltage sont également de couleur orange (partiellement)
- Les voltages peuvent varier d'un fabricant à l'autre et d'une année à l'autre
- Exposer une voiture hybride à des températures élevées pour de longues périodes (plus de 60 °C ou 140 °F) peut endommager les batteries (Ni-MH) en permanence
- Il est impératif de suivre un cours de formation pour réparer les voitures hybrides (aspect technique)
- Il est impératif de désamorcer le circuit haut voltage avant toute réparation

Ce qu'il faut faire

1- Enlever la clé de contact (ou intelligente) et la mettre en lieu sûr

2- Vérifier si la lampe témoin READY est éteinte

3- Utiliser des gants de protection en caoutchouc haut voltage (1000 volts Classe 0)

4- Couper l'alimentation haut voltage via l'interrupteur principal

5- Débrancher l'alimentation 12 volts

6- Vérifier les sources de HV potentielles latentes (condensateurs) et les désactiver

7- Utiliser un multimètre CATIII avec des échelles de mesure pouvant lire jusqu'à 1000 volts

MARQUE	MODÈLE	ANNÉE	VOLTAGE	LOCALISATION (Batteries)	ACTION	PHOTO
Honda	Insight	00-06	144 v	Plancher haillon arrière	Ouvrir l'interrupteur principal (OFF) situé sous le tapis au centre du haillon	
Honda Honda	Civic Accord	03-07 05-07	144 v (158v 06/07) 144 v	À l'arrière du dossier des passagers arrière	Enlever le couvercle situé au centre et mettre l'interrupteur en position OFF	
Toyota	Prius (G1)	01-03	275 v	Sous le tapis, côté gauche dans la partie avant du coffre arrière	Retirer l'interrupteur de sa position	
Toyota	Prius (G2)	04-06	201 v	Devant le pneu de rechange dans le coin gauche près du jeu de batteries	Basculer l'interrupteur vers le bas et vers le côté gauche	
Ford Mercury Mazda	Escape Mariner Tribute	05-07 06-07 07	330 v 330 v 330 v	Sous le tapis du plancher arrière (coffre pour l'Escape) côté droit	Retirer l'interrupteur de forme ronde en dévissant	
Lexus Camry Nissan	GS450h Hybrid Altima	07 07 07	288 v 244 v 244 v	Derrière le siège arrière dans le coffre arrière	Tirer l'interrupteur vers l'arrière de la voiture	
Lexus Toyota	VUS RX400h Highlander	06-07 06-07	288 v 288 v	Sous le siège arrière (côté gauche) sous un panneau rectangulaire	Désengager l'interrupteur en tirant vers le côté gauche	
GM GMC Saturn	Silverado Sierra Vue	05-07 05-07 07	36/42 v 36/42 v 36/42 v	Sous le siège arrière (camionnette) ou coffre arrière (Saturn)	Débranchement non nécessaire, mais soyez prudents	

Réinventer le commerce de

En tant que détaillant, vous ne pouvez plus vous contenter de simplement vendre des pneus. Afin de survivre, vous devez vous associer à une marque et vendre une expérience.

Que vous le vouliez ou non, le domaine du commerce de détail est en évolution. Les consommateurs d'aujourd'hui sont beaucoup plus exigeants qu'autrefois, et les données démographiques qui antérieurement définissaient l'acheteur type de pneus ont grandement changé au cours des années. La question que la plupart des ateliers de pneus devraient se poser est : « Avons-nous suivi l'évolution du marché ou allons-nous perdre du terrain ? »

La façon dont vous répondez à cette question déterminera si votre atelier survivra à cette évolution. Assurément, vous pourrez compter sur un noyau de clients fidèles qui vous reviennent chaque année. Mais afin de prospérer et croître, vous devrez attirer ce nouveau type de consommateurs plus exigeants afin de garantir vos ventes futures.

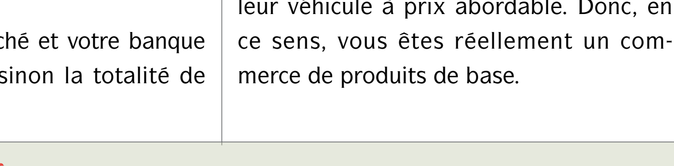
Faire face à la réalité

Votre quête de prospérité future commence par une constatation des faits. Le premier fait est que les pneus sont des produits de base. Il est vrai qu'en tant qu'initié, vous savez que les pneus ne sont pas tous semblables, et vous connaissez la différence entre un pneu à glace et un pneu à neige, caoutchouc quatre saisons comparé à haute performance, caoutchouc économique et produits de qualité. Pour vous, un pneu est beaucoup plus qu'un élément de base.

Mais selon votre marché et votre banque de clients, plusieurs sinon la totalité de votre clientèle n'en voient guère la différence. Selon eux, un pneu est un pneu. Tout ce qu'ils savent, lorsqu'ils viennent à votre atelier, est qu'ils ont besoin de pneus neufs pour leur véhicule, et ils se fient sur vous pour les conseiller et leur offrir une bonne affaire. Si vous ne pouvez offrir les deux, ils sont prêts à franchir la distance jusqu'au prochain atelier de pneus afin de voir ce que votre concurrent leur proposera.

Même si vos clients fidèles aiment faire affaire avec vous et continuent d'acheter chez vous, le grand public ne voit pas la différence entre un atelier et un autre. Ils veulent seulement les bons pneus pour leur véhicule à prix abordable. Donc, en ce sens, vous êtes réellement un commerce de produits de base.

Traduit de l'anglais par Marc-Alain Nantel.
photos : Marie-Josée Rousseau





Jack Kazmierski
kaz@cogeco.ca

Devenez la marque

Afin de surpasser le stade banal, vous devez rendre votre atelier identifiable et unique. Il doit y avoir un élément qui distingue votre atelier de tous les autres. Vous devez procurer au client moyen une raison d'acheter ce produit de base de vous, plutôt que de frapper à la porte voisine.

Même si cela peut sembler une « Mission Impossible », il est vrai que tous les détaillants chevronnés trouvent le moyen de se distinguer de la masse, et dans le monde du marketing, cette approche « regardez-moi » s'appelle la stratégie de marque.

Lorsque vous faites le saut de détaillant de produits de base à marque identifiable, vous donnez automatiquement aux consommateurs une raison de magasiner chez vous. Vous n'êtes plus perçu comme « ce vendeur de pneus de la rue Principale ». Vous devenez plutôt la marque que se distingue des autres.

En tant que marque, votre but n'est plus uniquement de vendre des pneus. Vous devenez l'atelier de pneus qui vend une expérience d'achat complète. Mais ne vous méprenez pas; cela n'a rien à voir avec l'approche « achetez 3 pneus et obtenez-en 1 gratuit ». Les consommateurs avisés et exigeants d'aujourd'hui ont besoin de beaucoup plus. Ils veulent une expérience qui leur permet de se sentir choyés et de savoir que vous vous souciez d'eux, de leurs besoins, voire même de leurs sentiments.

Choyés

Si cette approche choyée au service à la clientèle vous paraît ardue, mettez le blâme sur les détaillants qui ont habitué les consommateurs d'aujourd'hui à se sentir tout chauds et douillets lorsqu'ils dépensent de l'argent.

Avez-vous visité un magasin Wal-Mart, Best Buy ou Blockbuster dernièrement ? Si c'est le cas, vous avez remarqué que ces détaillants embauchent quelqu'un pour vous accueillir avec le sourire ou demandent à leurs employés d'exclamer « Comment ça va ? » lorsque vous franchissez la porte.

Le but est de saluer la présence des clients dès qu'ils entrent afin qu'ils se sentent les bienvenus. Votre personnel est-il formé pour en faire autant, ou vos clients doivent-ils attendre en ligne jusqu'à ce que la personne au comptoir daigne lever les yeux de l'écran d'ordinateur et demander d'une voix monotone, « Puis-je vous aider » ?

Cela n'est qu'un exemple de la façon dont les consommateurs sont choyés par les détaillants afin qu'ils se sentent appréciés. Le commerce de détail n'est plus uniquement le fait d'acheter un produit ou un service – c'est d'y retrouver un sentiment de bien-être. Les consommateurs veulent se sentir appréciés et s'empressent d'acheter l'expérience… pourvu que vous soyez prêts à la vendre.



Barbier ou coiffeur

Si vous ne savez pas comment transformer votre atelier de pneus, une comparaison vous sera peut-être utile. Tout comme les pneus, une coupe de cheveux est un service de base. Vous pouvez l'obtenir d'un barbier ou d'un salon de coiffure. Quelle est la différence ? Si vous pouvez comprendre cela, vous trouverez comment démarquer votre atelier de la concurrence.

Vous pourriez faire valoir que les stylistes s'adressent aux femmes – particulièrement celles qui ont une chevelure abondante et des besoins spécifiques. Mais nous connaissons tous des hommes qui sont portés à la calvitie et qui fréquentent néanmoins un salon de coiffure. Pourquoi payeraient-ils un surplus pour un coiffeur s'ils peuvent avoir la même coupe d'un barbier à moindre prix ? Honnêtement, ces hommes préfèrent cette expérience, ils sont prêts à payer pour l'avoir.

Songez un instant à l'expérience typique chez le barbier. Ces endroits sont souvent mornes et ressemblent à une institution aux murs à couleurs fades. Les seuls bruits que vous entendez sont la radio AM diffusant des airs démodés, le bourdonnement des tondeuses à cheveux, et les voix des anciens discutant de sport ou de politique.

Le barbier habituellement ne vous lave pas les cheveux; il les vaporise avec de l'eau qui repose dans une bouteille de plastique. Peu importe ce que vous demandez, le barbier typique a maîtrisé une coupe et c'est celle qu'il vous fait à chaque fois. Lorsque la coupe est terminée, il ne vous sèche pas toujours les cheveux – cela est une option – et normalement, vous quittez les lieux avec des cheveux éparpillés dans la nuque.

Maintenant, comparons cela avec l'expérience salon. Aussitôt entré, vous êtes dans un tout nouveau monde. La pièce est remplie de musique contemporaine d'un





lecteur DC ou d'une radio satellite. Au lieu d'hommes discutant de résultats sportifs, vous entendez les tons plaisants de femmes et enfants riants. Les séchoirs se font entendre pendant que le cappuccino vous enrobe de sa vapeur.

La pièce est remplie de l'odeur de café frais et de produits parfumés, et l'on vous invite à vous reposer sur un divan confortable en attendant votre rendez-vous. Vous pouvez profiter d'une émission sur un grand écran plasma, vous réchauffant à la chaleur du foyer. Les revues des dernières modes, d'actualité et d'automobiles sont à votre portée sur une table de salon.

Les salons embauchent des gens pour vous laver les cheveux et masser votre cuir chevelu, prennent des précautions pour éviter que vous ayez des cheveux derrière votre collet, et sèchent vos cheveux à la perfection. Il est évident que vous en payez le prix, mais c'est ce que nous recherchons tous et c'est pour cette raison qu'il y a très peu de barbiers de nos jours. Les consommateurs veulent plus qu'une coupe de cheveux; ils veulent l'expérience salon. Est-ce cela que vous offrez à votre atelier de pneus ?

Volez leurs idées

Rien n'empêche un propriétaire d'atelier de pneus de voler ou d'emprunter les idées à d'autres détaillants, y compris les salons de coiffure. Pourquoi ne pas commencer par une petite rénovation ? Les couleurs des murs de votre atelier vous font-elles penser à un hôpital ? Dans ce cas, pourquoi ne pas égayer les lieux avec des tons plus chauds ?

Pendant que vous y êtes, changez l'éclairage. Remplacez les fluorescents par des ampoules halogènes. Votre salle d'attente et aire d'étalage seront ainsi plus invitantes.

Avez-vous un téléviseur à grand écran dans la salle d'attente ? Sinon, songez-y. Les prix des téléviseurs plasma et ACL ont baissé énormément, et vos clients apprécieront écouter les nouvelles ou le canal des sports.

Ou encore, vous pourriez le laisser à « Deux filles le matin » ou au canal offrant des recettes pour le bon plaisir de vos clients. Avec autant de femmes qui achètent des pneus maintenant, c'est un marché que vous ne pouvez ignorer.

Selon certaines estimations, les femmes représentent plus de 80 % des décisions d'achat au sein de la famille nord-américaine. Vous en aurez sans aucun doute dans votre atelier. Alors, pourquoi ne pas offrir à votre clientèle féminine un environnement qui les incitera à revenir ?

Les femmes (autant que les hommes) apprécient les toilettes propres, les chaises confortables dans l'aire d'attente, un comptoir en ordre, et un personnel d'apparence soignée. Si vous prévoyez qu'elles (ou ils) auront un temps d'attente d'une heure pendant que vous installez leurs pneus, pourquoi ne pas leur offrir des rafraîchissements ?

Le secret est d'offrir des produits qui sont réellement rafraîchissants, c'est-à-dire du café frais dans une machine infusant une tasse à la fois, et non du café qui a passé trois heures dans une carafe ou des beignes durcis qui pourraient servir de masse de plomb.

Les clients d'aujourd'hui sont très occupés. Si vous voulez que les gens d'affaires, les parents, ou les jeunes adultes branchés magasinent chez vous, vous pourriez songer à transformer votre salle d'attente en point d'accès sans fil. Cela permettra à vos clients d'accéder à l'Internet de leur portable ou PDA et mettre leur correspondance à jour, ou naviguer sur le Web plutôt que de perdre leur temps.



Ces idées ne sont pas nouvelles. Si vous êtes passé chez un concessionnaire BMW ou Mercedes-Benz dernièrement, vous avez peut-être remarqué combien leurs clients sont gâtés. En plus du café frais, téléviseurs à grand écran et divans confortables, certains concessionnaires invitent même leurs clients à parcourir les aires de service et observer le travail qui se fait sur leur véhicule.

Un tapis rouge est déroulé indiquant le chemin vers les aires de service où les techniciens en uniforme, d'apparence soignée et amicaux travaillent sur les véhicules, empressés de répondre à toute question que les clients pourraient poser sur le service exécuté sur leur véhicule.

Obtenez de l'aide

Rehausser l'apparence de votre magasin, y ajouter un peu de couleurs aux murs et former votre personnel à être courtois et très amical n'est pas si difficile. Mais si la tâche s'avère pénible, n'hésitez pas à avoir recours à un professionnel.

Les designers d'intérieur vous diront exactement comment améliorer votre atelier. Vous pouvez en engager un au projet ou à l'heure, et il vous dira quelles couleurs utiliser, où placer l'ameublement et comment profiter des options d'éclairage.

Il vous dira peut-être d'arrêter de décorer vos murs avec des pneus. Même si tous les ateliers de pneus semblent le faire, est-ce qu'un motif de pneus sur vos murs ajoute à l'ambiance invitante que vous tentez de créer ? Probablement pas. Montrez plutôt quelques pneus dans un endroit réservé à cet effet dans votre atelier et formez votre personnel à diriger vos clients vers les bons pneus pour leur véhicule.

Croyez-le ou non, la majorité de vos clients n'ont pas besoin de voir un mur de pneus. Ils ne savent pas ce qu'ils cherchent lorsqu'ils en regardent le flanc et peu d'entre eux



sont assez avertis pour « lire » la sculpture. Tout ce qu'ils veulent c'est votre expertise. S'ils veulent voir la bande de roulement, montrez-leur un ou deux pneus et replacez-les ensuite dans l'entrepôt.

Allez au-delà des pneus

Lorsque vous rénovez votre atelier et adoptez la stratégie de marque, pourquoi ne pas ajouter des produits et services autres que les pneus ? Les autres détaillants le font déjà, et il n'y a aucune raison de ne pas suivre leur exemple.

La raison évidente pour tenter l'expérience est le fait que vous ayez des clients dans la salle d'attente qui se demandent quoi faire pendant que vous installez leurs pneus. En tant que bon détaillant, votre but devrait être de vendre à vos clients tous les produits et services dont ils ont besoin. Vous voulez qu'ils dépensent le plus d'argent possible chez vous avant que leurs pneus soient installés et qu'ils quittent votre atelier.

Les épiceries ont compris le jeu. Les magasins à grande surface ont tout ce que vous pouvez trouver dans une épicerie, et beaucoup plus. L'idée semble être, « Puisque vous êtes déjà dans notre magasin, nous pouvons peut-être vous offrir ______ (tel ou tel produit) ».

De nos jours, l'épicerie du coin vend du vin, offre les services de nettoyage à sec, de traiteur, les vêtements pour enfants, articles saisonniers comme les barbecues, pelles à neige et meubles de jardin ainsi que vaisselle, chaudrons, téléphones cellulaires, et pharmacie.

Si vous ne croyez pas qu'un atelier comme le vôtre puisse suivre cet exemple, pensez à Canadian Tire. Tout comme Wal-Mart fait depuis des années, Canadian Tire vend maintenant de l'épicerie dans certains de leurs grands magasins.

Quel rapport y a-t-il entre l'épicerie, les écrous de roue et les outils électriques ? Aucun, sauf qu'ils intéressent tous le consommateur typique. Le but est de faire en sorte que le client achète chez vous plutôt qu'au magasin au bout de la rue. Si un client entre dans un magasin Canadian Tire pour acheter une perceuse, il partira peut-être aussi avec une douzaine d'œufs, un pain et du bacon.

Malgré que vous n'ayez pas le désir ou l'espace pour vendre des viandes froides, légumes et produits laitiers dans votre atelier de pneus, vous pourriez néanmoins élargir votre offre actuelle afin d'inciter vos clients à dépenser quelques dollars de plus chez vous.

Pensez à la stratégie de Courtesy Chevrolet à Etobicoke, Ontario. Ce concessionnaire profite du concept en offrant plus que des automobiles et les produits et services reliés. Lorsque les clients s'y rendre pour le service, ils peuvent se prélasser dans un luxueux coin de détente avec téléviseur plasma ou déguster un repas dans le restaurant interne.

Le restaurant offre des repas chauds et des breuvages. Le concessionnaire aurait pu se contenter d'installer des distributeurs automatiques et machines à café, mais il a décidé d'en faire plus, le démarquant des autres concessionnaires de la région. Si vous devez faire entretenir votre voiture, ne préférez-vous pas aller dans un endroit où vous pouvez bien manger en attendant ?

Voici un autre exemple : Omni Jewelcrafters à Toronto a poussé le concept du commerce de détail à un autre niveau avec leur idée Java Café – un restaurant et une bijouterie tout-en-un. Leur site Internet l'explique bien : « Ce qui est parti d'une simple idée, soit d'accueillir nos clients de bijouterie avec un bon café et des sucreries, a évolué pour devenir le restaurant le plus apprécié de Toronto pour le poisson, les pâtes, salades, desserts, cafés gourmets et autres. »

Les gens payent pour manger au Java Café (comme dans tout autre restaurant), tandis que l'aspect bijouterie du commerce adopte une méthode de persuasion discrète, favorisant un peu de furetage entre les services. Vous pouvez imaginer que de nombreux couples entrent en pensant dépenser 100 $ pour souper, et sortent avec 1000 $ en diamants.

Les pneus… et beaucoup plus

La révolution dans le commerce des pneus est déjà en marche, puisque bon nombre de détaillants offrent plus que du caoutchouc et des jantes. Certains mettent des verts (golf) à la disposition des clients en attente, tandis que d'autres songent à aménager une salle d'exercice ou des services de massage.

Vous êtes les seuls à savoir si cela fonctionnera dans votre magasin, mais pourquoi n'auriez-vous pas une section avec des outils, produits de marque (un cric Pirelli, par exemple) et autres produits uniques ? Si vous avez besoin d'inspiration, veuillez visiter le *www.passchal.com*. Cette entreprise fabrique des sacs à main à partir de chambres à air recyclées. Il y a aussi *www.tade.fr*, le site de l'entreprise française Tadé Pays du Levant, fabricant de paniers faits de vieux pneus.

Voilà deux bons exemples de produits liés aux pneus qui pourraient intéresser vos clients, masculins et féminins. Vous n'avez qu'à faire un peu de recherche afin de connaître vos options et déterminer ce qui se vendra dans votre région.

Le changement est toujours difficile de prime abord. L'environnement du commerce de détail a évolué de façon marquante et l'unique moyen de survivre et réussir est de suivre le courant. Si les consommateurs sont habitués aux espaces de détail confortables et un peu de soins attentifs, vous pouvez soit radicalement refuser de répondre à leurs désirs, ou y acquiescer… ils en redemanderont. Le choix est le vôtre : continuerez-vous à vendre un produit de base axé sur le prix ou oserez-vous vous démarquer et offrir une expérience de magasinage ? PM



DES SALLES *d'exposition* SPECTACULAIRES

Pneus Ratté

103, 3e avenue, Québec

Réinventer le garage

L'entreprise fait figure de pionnière au niveau du concept et du design de ses aires d'accueil et d'exposition. C'est ainsi qu'au début des années 2000, elle a consenti un investissement de 2,2 M$ pour des rénovations en profondeur en mettant l'accent sur le service aux clients.

Un bistrot offrant de la cuisine santé, un poste d'accès Internet sans fil, un coin salle de jeu pour les enfants, une zone détente pour plus d'intimité et une aire d'exposition face au comptoir des ventes qui dévoile, derrière une immense baie vitrée, le ventre de cet atelier géant de 23 portes de service au cœur de la Basse Ville, loin des grandes artères de circulation.

L'objectif de cette cure de jouvence était justement de pallier la location géographique pénalisante en développant une nouvelle clientèle citadine, professionnelle, jeune, branchée et, surtout, féminine. Le défi a été relevé avec brio !











Raynald Bouchard raynaldbouchardmedia@yahoo.ca
et Marie-Josée Rousseau mjr@p-rousseau.com

On assiste depuis quelques années au déploiement de nouveaux concepts de salles d'accueil et d'exposition chez plusieurs marchands de pneus à travers le Québec. Plus spacieuses et confortables, elles ont fait l'objet d'un design audacieux tout en étant multifonctionnelles.

Ce phénomène s'explique par l'arrivée d'une clientèle plus jeune et branchée, des femmes en bonne partie, qui y passeront une heure, parfois avec des enfants, le temps qu'on procède à l'installation de leurs pneumatiques. Conçus pour mettre en valeur plusieurs produits susceptibles d'intéresser les clients, ces « showrooms » spectaculaires de dernière génération représentent une très bonne façon de les attirer et les retenir.

Desharnais pneus et mécanique

710, boulevard Charest Ouest, Québec



Confort et convivialité

Reconstruit à neuf l'an dernier après un incendie, ce super atelier a été pensé pour attirer une clientèle plus jeune en mettant l'accent sur le bien-être, l'accessibilité et la convivialité.

Des écrans géants qui diffusent des informations en continu, des postes Internet à la disponibilité des clients, des produits en montre dans un environnement des plus agréables incluant une chute d'eau de 45 pieds ainsi qu'un éclairage et des matériaux spécialement conçus pour retenir cette clientèle.

L'objectif de susciter la curiosité et l'intérêt des consommateurs en misant sur leur engouement pour les plus récentes technologies en matière de pneumatique s'est matérialisé en quelques mois seulement avec un impact réel sur les ventes et la rétention des nouveaux clients.







Relais pneus et mécanique

4255, boulevard Bourque, Sherbrooke

Le bien-être des clients et des employés

Complètement reconstruit en 2002 moyennant un investissement de 3 M$, ce complexe de 52 000 pi² regroupe, outre la zone réservée à la mécanique et aux pneus, une vaste salle d'accueil et d'exposition haute de sept mètres, sans parler d'un resto-bistrot permanent mis à la disposition des clients et du personnel.

Modernité et fonctionnalité caractérisent ces installations qui, en plus d'accommoder une clientèle qui grandit à force G, font beaucoup de place au bien-être et à la valorisation du travail des employés, une condition importante de l'augmentation de leur performance.

L'impact de l'implantation de Relais pneus et mécanique s'est rapidement manifesté avec l'ajout de nouveaux clients qui apprécient grandement pouvoir y accéder grâce à une centaine d'espaces de stationnement et à la proximité d'une artère principale.







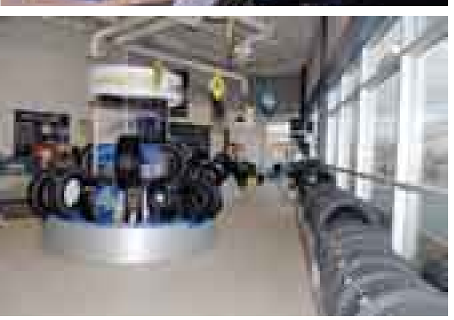


Rondeau pneus mécanique

900, Notre-Dame Est, Victoriaville







Projeter le professionnalisme

Quatre années après la reconstruction du commerce avec un investissement de 2,4 M$, cet atelier de neuf baies de service étonne par l'audace de son architecture et la pureté des lignes que ses designers ont su appliquer à la salle d'attente et d'exposition. Le concept d'ilots thématiques, de présentoirs interactifs et d'accessoires spécialisés attire un nombre croissant de nouveaux clients qui veulent effectuer des choix judicieux.

L'aménagement des postes d'accueil, où se relaient sept conseillers dont trois femmes, projette une très forte impression de professionnalisme, les visiteurs la comparant souvent à leur expérience d'achat auprès des concessionnaires.

Ces clients, justement, s'attendent à être bien informés par du personnel professionnel. Hommes et femmes dans une proportion quasi identique, ils sont friands des plus récentes technologies et portent une attention particulière aux meilleurs choix de pneus pour leurs automobiles. PM

Raynald Bouchard
raynaldbouchardmedia@yahoo.ca

Certification environnementale des ateliers de services automobiles

Le programme CLÉ VERTE officiellement sur les rails

En gestation depuis quelques années à la Table de concertation sur l'environnement et les véhicules routiers, cette importante initiative vient de connaître son premier aboutissement avec le lancement de CLÉ VERTE.

Ce n'est pas par hasard que Nature-Action Québec (NAQ), promoteur du programme, avait choisi le Centre Auto Beaumont comme site de cet événement qui s'adressait dans un premier temps aux quelque 12 000 entreprises de services automobiles que compte le Québec. Cet atelier de Ville Mont-Royal est en effet le tout premier à avoir obtenu la certification environnementale CLÉ VERTE.



Dans l'ordre habituel, Pascal Bigras et Robert Comtois, respectivement directeur général et chargé de projet NAQ, Véronique Jampierre, directrice générale FAQDD, Pierre Beaudoin, président de la Table de concertation, Ginette Bureau, présidente-directrice générale RECYC-QUÉBEC, Jean-Guy Trottier, directeur général d'AUTO-Prévention et Carolle Larose, consultante et initiatrice du projet

Approche coordonnée du secteur

À ce jour, toutes les initiatives environnementales mêmes les plus prometteuses, comme le contrôle des émissions et la récupération des pneus et des huiles usagées, étaient élaborées en silo. Le mérite de CLÉ VERTE est d'intégrer l'ensemble de ces initiatives en un tout cohérent en tenant compte des réglementations gouvernementales et des meilleures pratiques à observer pour l'amélioration de la qualité de l'air, la réduction des déchets et celle des risques de pollution de l'eau.

CAA-Québec sonne la charge

À la suite du résultat positif du projet pilote mené le printemps dernier auprès de 16 ateliers au Québec, une entente vient d'être conclue avec CAA-Québec qui exigera d'ici deux ans que chacun de ses 454 garages recommandés détienne la certification CLÉ VERTE. « Le programme est un geste concret et significatif qui vise à relever la barre auprès de l'industrie en se dotant de normes et pratiques adaptées aux contraintes environnementales », de souligner Pierre Beaudoin, président de la Table de concertation et directeur principal des Services techniques à CAA-Québec.

À noter que plusieurs propriétaires d'ateliers de carrosserie, de mécanique et de pneus ont déjà entrepris des démarches pour obtenir leur certification.

Effet d'entraînement

NAQ fait le pari que, d'ici quelques années, la moitié des ateliers au Québec détienne sur une base volontaire cette certification. Pour son directeur général, Pascal Bigras, « tout ce qui est écologique dans l'exploitation d'un commerce prend beaucoup de valeur aux yeux des clients. Le programme de certification permettra non seulement de rendre les ateliers plus performants en matière d'environnement, mais aussi de communiquer aux automobilistes des informations sur les gestes qu'ils peuvent poser individuellement en vue de contribuer aux objectifs de CLÉ VERTE. »



Pierre Beaudoin, président de la Table de concertation sur l'environnement et les véhicules routiers et directeur principal des Services techniques à CAA-Québec

On mise donc sur un effet d'entraînement nourri par la collaboration des propriétaires d'ateliers et la sensibilité grandissante des Québécois aux questions environnementales.

Volet grand public à l'hiver 2009

Le programme de certification est permanent. Son développement a été financé par le Fonds d'action québécois pour le développement durable (FAQDD) et plusieurs grands partenaires, tous présents au lancement du volet *Industrie*. Pour les premiers mois, les droits d'inscription unitaires ont été fixés à 375 $ par atelier. Le certificat émis sera valide pour deux à trois ans, selon l'atelier. Quant au volet *Grand public*, Nature-Action Québec prévoit effectuer un lancement officiel au cours des prochains mois avec le support d'activités promotionnelles et médiatiques. PM

www.nature-action.qc.ca/cleverte



Nouvelles DE L'INDUSTRIE

Une pilote de course québécoise engagée

Dans le cadre du Mois de l'histoire des femmes et du programme *Mon auto, j'en prends soin*, la pilote de course Kelly Williams a été honorée d'un certificat de reconnaissance décerné par le centre *Women's Place* situé à Scarborough, en Ontario.

Ce certificat est attribué à des femmes qui choisissent activement d'exceller et qui, par leur détermination, ont atteint leurs buts et surpassé les attentes. Kelly a réalisé de grands progrès dans le monde de l'automobile, démontrant que les femmes peuvent sortir des sentiers battus et remporter du succès.

« C'est un véritable plaisir pour moi d'utiliser ma passion pour les voitures d'une façon qui donne du pouvoir aux femmes », déclare Kelly, porte-parole de la campagne *Mon auto, j'en prends soin*, encadrée par le Conseil Entretien Auto. « En les sensibilisant aux avantages de l'entretien préventif, leurs voitures dureront plus longtemps, nos routes seront plus sécuritaires et nous réduirons l'impact de nos automobiles sur l'environnement. »

Kelly pilote des voitures de course depuis plus de 15 ans. Grâce à sa détermination et à son habileté, elle a rapidement progressé dans les rangs du sport motorisé canadien. En peu de temps, elle s'est mise à courir dans la série NASCAR Canadian Tire, la plus prestigieuse division de course de stock-cars au Canada.

Native de Val-d'Or, elle est, depuis 2004, porte-parole du programme *Mon auto, j'en prends soin*, donne des cours de conduite pour BMW et anime des ateliers de formation sur l'entretien automobile partout au pays.



Cathy Mwanza, directrice du *Women's Place*, et Kelly Williams, pilote de course



La revue *Pneu Mag* salue avec fierté ces fidèles partenaires de l'ASPQ que sont Les Assurances Federated et UNI*PNEU*, auxquels elle est d'ailleurs étroitement associée depuis toujours.





Déménagé et Vert exemplaire

Les bureaux montréalais de RECYC-QUÉBEC sont maintenant à l'Université du Québec à Montréal, soit au huitième étage du 141, de l'avenue du Président-Kennedy, où se trouve le Pavillon des Sciences biologiques, et dans ce Complexe des sciences Pierre-Dansereau certifié LEED Argent – *Leadership in Energy and Environmental Design.*

La certification LEED intègre plusieurs critères, soit l'accès au transport en commun, la présence de stationnements pour vélos et de douches réservées aux cyclistes, la récupération des eaux de pluie et de ruissellement, une meilleure performance énergétique, l'optimisation de l'éclairage naturel, et la mise en place d'un système qui assure la qualité de l'air intérieur.

Mais RECYC-QUÉBEC est allé plus loin pour son aménagement par l'achat local de meubles faits à partir de bois franc provenant d'une maison centenaire, ainsi que de bois provenant d'exploitations forestières certifiées.

Les chaises ont un tissu fait entièrement de matières recyclées et sont certifiées Green Guard, comme tous les bureaux du personnel; les tuiles du plafond et le tapis sont aussi faits de matières recyclées, tandis que les carreaux de tapis répondent à des critères d'écoconception excluant toute colle. Les numéros de téléphone et de fax restent les mêmes.



Monique Goyette, vice-présidente à l'UQÀM, José P. Dorais, président du conseil d'administration de RECYC-QUÉBEC, Ginette Bureau, PDG de RECYC-QUÉBEC



Johanne Riverin, vice-présidente Communications, RECYC-QUÉBEC



Annonceurs




Jack Kazmierski
kaz@cogeco.ca

Rapport spécial

Bienvenue sur



Publications Rousseau lance un portail automobile national, bilingue et à segments multiples unique au Canada.

Désireux de participer au changement et de tirer profit des nouvelles technologies, Publications Rousseau est fier d'annoncer le lancement du premier portail automobile d'affaires complet, *www.autosphere.ca*.

Plus qu'un simple site Internet, *autosphere.ca* utilise les ressources les plus sophistiquées du web pour rassembler les acteurs de l'industrie automobile canadienne, incluant les gestionnaires de flottes, professionnels, fabricants, distributeurs, grossistes, détaillants et tout le personnel des affaires connexes.

autosphere.ca est le seul portail automobile d'affaires canadien à offrir l'accès à du contenu multimédia bilingue et à servir de site commercial à segments multiples répondant aux besoins de professionnels de quatre secteurs spécifiques : parcs automobiles, services mécaniques, réparation de collisions et industrie du pneu.

Projet ambitieux, *autosphere.ca* ne pouvait être dirigé vers le succès que par une organisation ayant le doigt sur le pouls de l'ensemble du marché automobile canadien. Avec sa position de leader de l'information sur les affaires automobiles au Canada, Publications Rousseau était à la hauteur du défi.

Possédant un portfolio impressionnant de plus de 20 produits automobiles spécialisés qui comprend 8 magazines multidisciplinaires, un menu de rapports administratifs spéciaux ainsi que de nombreux répertoires et évènements réputés, Publications Rousseau a toute l'expertise nécessaire pour mettre sur pied un portail de cette envergure.

Joyeux anniversaire

Ce dynamique portail web est un cadeau, un présent que Publications Rousseau s'offre à lui-même pour ses 15 ans de succès. Mais Rémy L. Rousseau, président et fondateur de l'entreprise, insiste pour dire que ce cadeau, il est impatient de le partager avec le monde de l'automobile en entier.

« Notre but, en concevant ce portail, était de créer un lieu de rencontre où les acteurs de l'industrie automobile canadienne pourraient échanger afin de se tenir au fait de l'évolution de l'industrie automobile. Je blague en disant que j'ai offert à mon entreprise un cadeau d'anniversaire, mais je vois vraiment dans *autosphere.ca* un outil que pourront utiliser un grand nombre de professionnels pour se propulser loin devant la compétition », affirme Rémy.



D'un océan à l'autre

autosphere.ca est le seul portail automobile à couverture nationale qui inclut toutes les provinces et s'étend du Pacifique à l'Atlantique. Il offre des nouvelles récentes et actualisées sur les évènements de l'industrie, en plus d'entrevues exclusives avec des chefs de file, des profils de personnalités marquantes, ainsi que des sujets utiles et stimulants.

Avec son important trafic quotidien, *autosphere.ca* offre aux fournisseurs de l'industrie une occasion de rejoindre le marché automobile canadien en entier par des bannières publicitaires abordables, des possibilités de commandite et même de la publicité multimédia (ex. : clips vidéo).

Et grâce à ses communications et ses mises à jour disponibles en temps réel, *autosphere.ca* attire aussi les visiteurs ordinaires qui veulent rester au courant des développements de notre industrie pour faire des affaires de manière éclairée.

Que vous soyez un acheteur, un vendeur, un fabricant, un détaillant ou autre, *autosphere.ca* vous invite à vous connecter, à fureter et à profiter de tout un univers d'informations et d'opportunités liées au monde de l'automobile, un univers rendu possible par Publications Rousseau. PM